



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA COMERCIO
EXTERIOR
CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

TESIS DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN FINANZAS

***“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
PLANTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES
DE COCINA EN LA CIUDAD DE MANTA, PROVINCIA DE MANABÍ,
PERÍODO 2014”***

MADELYN RAQUEL CHELE ARCE

RIOBAMBA - ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES DE COCINA, EN LA CIUDAD DE MANTA, PROVINCIA DE MANABÍ, PERIODO 2014.”, previo a la obtención del título de Ingeniera en Finanzas ha sido desarrollado por MADELYN RAQUEL CHELE ARCE, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación

Ing. Juan Alberto Avalos Reyes
DIRECTOR DE TESIS

Ing. Juan Carlos Vinueza Calderón
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Madelyn Raquel Chele Arce, estudiante de la Facultad de Administración de Empresas, Escuela Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, Carrera Ingeniería Financiera expongo que las ideas del presente proyecto, es producto de mi labor investigativa. Así mismo, doy fe de que este trabajo es original e inédito.

.....
Madelyn Raquel Chele Arce
C.I. 2300090293

DEDICATORIA

A mis padres quienes forman el pilar fundamental de este logro, ya que con esfuerzo y sacrificio permitieron que yo pueda culminar mi carrera universitaria.

A mis hermanos que con sus consejos me han motivado para que pueda seguir adelante y concluir la tesis.

A mi mis amigas que durante mi vida universitaria estuvieron presentes para poder apoyarnos mutuamente y poder conseguir este logro tan importante en nuestras vidas.

Madelyn.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por los bellos regalos que me ha dado, mi familia, y por las personas que siempre me brinda su apoyo.

Presento mi sentimiento de gratitud a mi Director de Tesis Ing. Juan Alberto Avalos y a mi asesor de Tesis Ing. Juan Carlos Vinueza, por compartir su tiempo y espacio, siendo mis guías para la elaboración de este proyecto. Además quiero agradecer a cada uno de mis profesores, personas esenciales para mi formación tanto profesional como personal.

Mi gratitud hacia mi segundo hogar, mi querida Escuela Superior Politécnica De Chimborazo, quien en sus aulas formo mi pensamiento, como un ente generador de ideas y soluciones hacia nuestra sociedad.

A mis amigos y compañeros con quienes compartí gratos momentos en mi formación profesional. Y a las personas que de una u otra manera han contribuido con ideas para la elaboración de este proyecto.

Madelyn.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Certificación del tribunal	ii
Certificación de auditoria.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de cuadros	x
Índice de figuras.....	xi
Índice de gráficos.....	xii
Resumen.....	xiv
Abstrac	xvi
Introducción	1
Capítulo I: El problema.....	2
1.1. PLanteamiento del problema.....	2
1.1.1. Formulación del problema	3
1.1.2. Delimitación del problema.....	4
1.2. Justificación.....	5
1.3. Objetivos	7
1.3.1. Objetivo general.....	7
1.3.2. Objetivos específicos	7
Capítulo II: Marco teórico	8
2.1 Antecedentes investigativos.....	8
2.2. Antecedentes históricos	12
2.2.1. La cocina antigua	13
2.2.2. La cocina actual	14
2.3. Fundamentación teórica.....	17
2.3.1 Estudios de factibilidad.....	17
2.3.2 Marco conceptual.....	22
2.4. Hipótesis o idea a defender	25
2.4.1 Hipótesis general.....	25
2.4.2 Hipótesis específicas	25

2.5	Variables	25
2.5.1	Variable independiente	25
2.5.2	Variable dependiente	25
Capítulo III: Marco metodológico		26
3.1.	Modalidad de la investigación	26
3.2.	Tipos de investigación	27
3.2.1.	Investigación exploratoria.....	27
3.2.2.	Investigación descriptiva	27
3.2.3.	Interpretación de los resultados	49
3.3.	Verificación de hipótesis o idea a defender	50
3.3.1	Comprobación de la hipótesis.....	50
3.3.2	Planteamiento de la hipótesis.....	50
3.3.3	Comparación entre los valores de la chi- cuadrado calculado y el crítico	53
Capítulo IV: Marco propositivo		54
4.1	Estudio de mercado.....	54
4.1.1	El producto.....	54
4.1.2.	El precio	59
4.1.3.	Oferta	59
4.1.4.	La demanda.....	75
4.1.5	Demanda insatisfecha	92
4.1.6.	Marketing.....	94
4.2.	Estudio técnico.....	96
4.2.1.	Tamaño del proyecto	96
4.2.2.	Localización del proyecto	104
4.2.3.	Capacidad del proyecto.....	109
4.3.	Ingeniería del proyecto	113
4.3.1	Diagrama de Flujo	113
4.3.2	Distribución de la planta	116
4.2.3	Estructura administrativa	121
4.3	Estudio económico.....	127
4.3.1.	Costos de producción.....	127
4.3.2	Inversión	130
4.3.3	Capital de trabajo	132

4.3.4	Depreciaciones	134
4.3.5.	Estado de resultados.....	141
4.3.6.	Valor actual neto	145
4.3.7.	Tasa interna de retorno	146
4.3.8	Relación beneficio/costo	147
4.3.9.	Período de recuperación de la inversión	147
	Conclusiones.....	150
	Recomendaciones	151
	Bibliografía.....	152

ÍNDICE DE CUADROS

No.	TÍTULO	Pág.
1.	Grados de confianza.....	29
2.	Encuesta 1. Genero de los encuestados	35
3.	Encuesta 1. Edad de los encuestados	36
4.	Encuesta 1. Casa propia	37
5.	Encuesta 1. Ocupación.....	38
6.	Encuesta 1. Remuneración mensual	39
7.	Encuesta 1. Renovación de cocinas	40
8.	Encuesta 1. ¿Renovaría su cocina?	41
9.	Encuesta 1. ¿Conoce algún proveedor?	42
10.	Encuesta 1. ¿Adquiriría muebles de cocina?	43
11.	Encuesta 1. ¿Cuánto invertiría?	44
12.	Encuesta 1. Forma de pago	45
13.	Encuesta 1. Ubicación.....	46
14.	Encuesta 1. Factores importantes.....	47
15.	Encuesta 1. Publicidad	48
16.	Frecuencias observadas.....	52
17.	Frecuencias esperadas.....	52
18.	Cálculo de la fórmula.....	52
19.	Precios.....	59
20.	Encuesta 2. Sector económico	64
21.	Encuesta 2. Proveedores	65
22.	Encuesta 2. ¿Cuántos proveedores?	66
23.	Encuesta 2. Región de los proveedores	67
24.	Encuesta 2. Empleados área de producción.....	68
25.	Encuesta 2. Empleados área de administración y ventas.....	69
26.	Encuesta 2. Preferencia.....	70
27.	Encuesta 2. Material	71
28.	Encuesta 2. Color de preferencia	72
29.	Encuesta 2. Factores importantes.....	73
30.	Oferta actual.....	74
31.	Grados de confianza.....	76
32.	Encuesta 3. Genero de los encuestados	80
33.	Encuesta 3. Casa propia	81
34.	Encuesta 3. Dispuesto a remodelar	82
35.	Encuesta 3. Gustos para la remodelación	83
36.	Encuesta 3. Material	84
37.	Encuesta 3. Comercializadoras	85
38.	Encuesta 3. Adquirir muebles	86
39.	Encuesta 3. Invertir	87

40. Encuesta 3. Forma de pago	88
41. Encuesta 3. Factores importantes.....	89
42. Encuesta 3. Publicidad.....	90
43. Demanda actual.....	92
44. Demanda insatisfecha	93
45. Demanda objetiva	93
46. Suministros e insumos	97
47. Equipo área administrativa y ventas	98
48. Maquinaria y equipo	99
49. Financiamiento.....	103
50. Nomina del personal	104
51. Hoja de costos producto 1	128
52. Hoja de costos producto 2.....	129
53. Inversiones inmuebles.....	130
54. Inversión maquinaria y equipo	131
55. Preinversión	132
56. Capital de trabajo	133
57. Inversión total	134
58. Cuadro de depreciaciones	134
59. Depreciaciones de activos fijos.....	135
60. Amortizaciones	135
61. Remuneraciones.....	136
62. Financiamiento.....	136
63. Amortización de la deuda	137
64. Proyección de ingresos	139
65. Flujo de Caja proyectado	144
66. Van 1.....	145
67. Van 2.....	146

ÍNDICE DE FIGURAS

No.	TÍTULO	Pág.
1.	Estructura general de la evaluación de proyectos	9
2.	La cocina antigua	13
3.	La cocina actual	14
4.	Proceso de la evaluación de proyectos	18
5.	Colores	55
6.	Mueble bajos.....	57
7.	Muebles altos	58
8.	Caladora	99

9. Sierra circular portátil	100
10. Taladros portátiles.....	100
11. Compresor.....	101
12. Destornilladores neumáticos	101
13. Lijadora orbital	101
14. Ingletadora	102
15. Herramientas de mano	102
16. Macro localización.....	107
17. Micro localización de producción.....	108
18. Micro localización de comercialización	109
19. Diagrama de procesos	113
20. Distribución de la planta de producción de los muebles de cocina	117
21. Distribución de la planta de producción de los muebles de cocina	118
22. Diagrama del proceso de producción de un mueble modular de cocina	119
23. Diagrama del proceso de comercialización de mueble modular de cocina	120
24. Organigrama estructural	121
25. Organigrama funcional	121
26. Punto de equilibrio.....	140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	TÍTULO	Pág.
1.	Encuesta 1. Genero de los encuestados	35
2.	Encuesta 1. Edad de los encuestados	36
3.	Encuesta 1. Casa propia	37
4.	Encuesta 1. Ocupación.....	38
5.	Encuesta 1. Remuneración mensual	39
6.	Encuesta 1. Renovación de cocinas	40
7.	Encuesta 1. ¿Renovaría su cocina?	41
8.	Encuesta 1. Conoce algún otro proveedor	42
9.	Encuesta 1. ¿Adquiriría muebles de cocina en una empresa nueva?	43
10.	Encuesta 1. ¿Cuánto invertiría?	44
11.	Encuesta 1. Forma de pago	45
12.	Encuesta 1. Ubicación.....	46
13.	Encuesta 1. Factores importantes.....	47
14.	Encuesta 1. Publicidad	48
15.	Encuesta 2. Sector económico	64
16.	Encuesta 2. Proveedores	65
17.	Encuesta 2. ¿Cuántos proveedores?	66
18.	Encuesta 2. Región de los proveedores	67

19. Encuesta 2. Empleados área de producción.....	68
20. Encuesta 2. Empleados área de administración y ventas.....	69
21. Encuesta 2. Preferencia.....	70
22. Encuesta 2. Material	71
23. Encuesta 2. Color de preferencia	72
24. Encuesta 2. Factores Importantes	73
25. Encuesta 3. Genero de los encuestados	80
26. Encuesta 3. Casa propia	81
27. Encuesta 3. Dispuesto a remodelar	82
28. Encuesta 3. Gustos para la remodelación	83
29. Encuesta 3. Material	84
30. Encuesta 3. Comercializadoras	85
31. Encuesta 3. Adquirir muebles	86
32. Encuesta 3. Invertir	87
33. Encuesta 3. Forma de pago	88
34. Encuesta 3. Factores importantes.....	89

RESUMEN

En la ejecución del presente proyecto se considera varios temas que son esenciales para la investigación y desarrollo del estudio de factibilidad para creación de una planta productora y comercializadora en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí.

Empezando por el diagnóstico situacional se determinó que en la Ciudad de Manta la producción y comercialización de muebles de cocina es muy escasa, en lo que se refiere a la tecnología, no es adecuada para los procesos de fabricación, retardando así la entrega de los productos a los consumidores. También se realizó el marco teórico en que se fundamentó los conceptos a utilizarse en el presente trabajo.

En cuanto al marco metodológico se decidió utilizar los métodos cualitativos y cuantitativos que nos ayudaran a determinar la factibilidad del proyecto, mientras que las técnicas a utilizarse son muestreo, revisión bibliográfica, entrevistas y encuestas.

Al analizar el estudio de mercado se determinó los componentes del mismo, el producto, que es el bien que se va a ofertar en este caso son los muebles modulares de cocina bajos y los muebles de cocina aéreos, el precio es otro factor importante y este se determinó después de analizar el mercado, la competencia y los costos, el precio para los muebles de cocina bajos es de \$120,00 Dólares y para los muebles de cocina aéreos es de \$100,00. La oferta en la ciudad de Manta es muy baja debido a que son pocos los productores de la zona, por lo cual los demandantes prefieren comprar a productores del mismo cantón debido a que de esta manera los costos serían menores.

El estudio técnico nos permitió determinar la localización y los insumos que son necesarios para el desarrollo del producto a través del estudio técnico y la ingeniería del proyecto. También este estudio nos permite determinar la inversión de la infraestructura y

del manejo técnico para la producción de los muebles y el valor asciende a \$255120,05 Dólares.

En el estudio financiero se aplicaron métodos de cálculo para obtener la rentabilidad del proyecto, arrojando así un Valor Actual Neto (VAN) de \$484723,56 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 72% con la Relación de Costo Beneficio de 0,90ctvs y con un Tiempo de Recuperación de 1 año 2 meses.

Una vez analizada la rentabilidad del proyecto en la Ciudad de Manta se recomienda llevarlo a cabo.

.....
Ing. Juan Alberto Avalos Reyes
Director de Tesis

ABSTRAC

Important themes were considered for this investigation and feasibility study development to create a producing and trading Factory in Manta city, Manabí province.

From the situational, it was determined that in this city, kitchen furniture production and trading are lack. On the other hand, technology is not updated for manufacturing processes that is why delivery of the products takes a long time to be delivered to the clients. Theoretical frame was also carried out to base on the concepts in the present paper.

Not only qualitative and quantitative methods but also techniques such as sampling, bibliographic revision, interviews and surveys were used in the methodological frame to determine the Project feasibility.

By analyzing the market study, the product, modular floor and upper kitchen cabinets were determined; by analyzing the competence, market and cost, Price was determined; the modular floor-kitchen cabinet Price was USD 120,00 and modular upper-kitchen cabinets USD 100,00. The supply is low in Manta city because there are a few manufacturers, that is why consumers prefer to buy products in the same place to reduce costs.

The technical study determined localization and necessary consumable goods to manufacture the product by means of a technical study and project formulating and an investment of USD 255120,05 for the infrastructure and technical management of the furniture manufacturing.

Calculus methods were used to get profitability of the Project with a net value added (NVA) of USD 484723,56, a Internal Rate of Return Rate (IRR) of 72% with a benefit-cost relation of 0,90 cents and a recovery time of 1 year and two months.

From the profitability analysis, it is recommended to carry out this project.

INTRODUCCIÓN

La empresa que se planea desarrollar, estará dedicada a la fabricación, y comercialización de muebles de cocina, los cuales estarán trabajados con tableros de MDF y Melamínico, con diseños, ajustables al área de la cocina, moderna, cómoda, que permitan la atracción de nuestros futuros clientes en el Cantón Manta.

Los muebles de cocina son artículos que se encuentran en el grupo de los bienes semidurables, ya que los tableros a utilizarse son de buena calidad y durabilidad.

La producción industrial de este tipo de muebles estará vinculada a satisfacer la demanda de constructores que se dediquen a la edificación de viviendas y/o conjuntos residenciales, que atribuyan a un cliente de un nivel económico medio, logrando así satisfacer las expectativas del cliente, con calidad y con precios accesible, no exagerados, nuestro objetivo es hacer llegar al consumidor nuestros muebles de forma directa.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí las plantas de producción y comercialización de muebles de cocina son muy escasas, en lo que se refiere a la tecnología, no se cuenta con la adecuada para los procesos de fabricación, retardando así la entrega a los consumidores.

De igual manera los trabajadores no están capacitados para realizar distintos modelos de muebles. En esta ciudad la venta de muebles para la cocina representa un ente económico muy importante para muchas empresas de esta industria por la competencia que es escasa.

La materia prima también representa una gran desventaja para las empresas, que mediante la inflación que existe en el país de un momento a otro los precios aumentan o en temporadas de ventas altas la materia prima incrementan sus precios en grandes porcentajes, de esta manera también el bien incrementa el precio llegando al consumidor final a un precio alto. Los muebles de cocina se van adaptando a las exigencias vitales de la época y solo responden a las necesidades prácticas de la vida.

El trabajo que realizan los artesanos carpinteros en la producción de muebles de cocina es por lo general empírico, debido a que no toman en cuenta mecanismos que permitan ser productivos, a través de la utilización eficiente de los recursos que se emplea para la elaboración de muebles de cocina. A demás se basan en conocimientos adquiridos con la práctica, dejando a un lado la aplicación de nuevas innovaciones que permita ofrecer al mercado productos atractivos y novedosos.

La construcción de muebles de cocina contempla una cadena productiva que comprende las actividades de explotación, producción y fabricación. En la última década los muebles de cocina han perdido participación en la producción e industria manufacturera, pues en términos absolutos, el empleo se ha reducido mientras que la producción ha aumentado producto del avance tecnológico que hoy se emplea.

La Ciudad de Manta cuenta con pocos almacenes que produzcan y comercializan los muebles de cocina. Existen almacenes que solo los comercializan, la mayoría de estos asignan un valor exagerado al valor real, con el único propósito de favorecerse sin dar el respectivo valor que se emplea en la manufactura del artesano, es por esta razón que el maestro carpintero se ve en la necesidad de entregar sus productos a precios bajos. Para arrendar un local comercial y poder ofrecer sus productos el gasto en arriendo es elevado, impidiendo que los artesanos logren un crecimiento económico por la producción y comercialización de los muebles de cocina.

Por lo general los talleres que se encuentran en la zona rural e incluso en la urbe de la Ciudad de Manta no cuentan con la infraestructura y maquinaria adecuada para la fabricación de muebles con óptima calidad.

1.1.1. Formulación del Problema

¿Cómo incide un Estudio de Factibilidad para la creación de una planta de producción y comercialización de muebles de cocina en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí, período 2014?

1.1.2. Delimitación del Problema

Campo: Administración de empresas

Área: Proyectos

Aspecto: El siguiente proyecto de investigación engloba el sector de inversiones para la para la creación de una planta de producción y comercialización de muebles de cocina.

Temporal: El tiempo que conlleva realizar la presente investigación es de cuatro mese meses.

Espacial: La presente investigación se realizara en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí.

1.2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación genera un impacto metodológico ya que se reunirán conocimientos acerca de la producción industrial de muebles modulares de cocina, la cual servirá como fuente de consulta técnica para la industria, obreros y estudiantes.

El propósito por el que se está desarrollando esta idea, es debido a que se quiere satisfacer una necesidad o deseo no atendido hasta el momento, que es proveer a los hogares de la Ciudad de Manta, una línea de muebles contemporáneos, lineales y de calidad, con precios accesibles y no exagerados, todo esto debido a que existen pocas plantas productoras y comercializadoras de muebles de cocina en la ciudad, en su mayoría existen artesanos que los fabrican en pequeñas cantidades siempre y cuando bajo los requerimientos de sus clientes, pero en su gran mayoría los muebles existentes son adquiridos en otras provincias, lo que genera una salida de los recursos económicos hacia otros sectores, nuestro objetivo es hacer llegar al consumidor final nuestros tipos de muebles siendo nosotros mismos los productores y comercializadores de los muebles de cocina.

La comercialización de muebles de cocina constituye una opción viable innegable de negocio, este tipo de muebles se encuentra en una etapa de crecimiento ya que por las condiciones de la ciudad, los hogares son cada vez más reducidos y la optimización de espacios es un recurso muy necesario.

Por tal motivo se ha escogido este tema de investigación para impulsar el desarrollo de un negocio propio. La justificación se basa en que la empresa pueda producir y comercializar los muebles, tomando en cuenta las herramientas financieras, económicas ya que determinaran cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de operación, que abarque las funciones de producción, administración y ventas; así como otra serie

de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica, las herramientas ambientales necesarias para no causar problemas de contaminación, por eso es muy importante que se piense en todos los riesgos que implica el tipo de producción de los productos que van a elaborar y el tratamiento de los desperdicios industriales y por ultimo las herramientas del marketing, adaptándoles así a los resultados del estudio mediante el cual se pueda satisfacer de una manera eficaz las necesidades del mercado objetivo, ofertando así un mejor servicio, valor agregado y calidad.

Dada la importancia del tema y aprovechando el crecimiento que al momento tiene la Ciudad de Manta, se constituye en un renglón fundamental para la producción y comercialización de los muebles de cocina, por lo que creo necesario realizar un “Estudio de factibilidad para la creación de una planta de producción y comercialización de muebles de cocina en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí, período 2014”

El realizar este estudio nos permitirá detectar las necesidades del mercado local de los muebles de cocina y a su vez la viabilidad del proyecto.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Realizar el Estudio de Factibilidad para la creación de una planta de producción y comercialización de muebles de cocina en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí, en el período 2014.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Estudiar el mercado de los muebles de cocina en la Ciudad de Manta.
- Establecer el estudio técnico para la propuesta
- Determinar los costos e inversiones necesarias para estructurar la propuesta
- Evaluar desde el punto de vista financiero, social y ambiental todas las inversiones requeridas.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En la presente investigación se ha tenido como referencia los criterios de Arboleda Vélez y Baca Urbina, además de algunas otras fuentes del portal web, en la que se ha revisado temas de tesis con relación al tema de estudio. Hay que tomar en cuenta que en el repositorio digital de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo no se encontró un tema similar al presente, con los criterios encontrados se ha realizado el enfoque teórico, que guarda relación con esta investigación, y las conclusiones que constituyen un aporte de los antecedentes investigativos detallados a continuación:

En la Escuela Politécnica Nacional se encontró una tesis con el tema “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de muebles de cocina, administrada bajo el enfoque en procesos” cuyo autor es el Sr. Luis Agustín Bonilla Coba que ha llegado a la siguiente conclusión:

Es factible la creación de una empresa ya que al desarrollar la metodología del proyecto se obtuvo una respuesta favorable ante la aceptación de una nueva empresa de muebles en la Ciudad de Quito y la investigación de mercados arrojó un porcentaje de demanda insatisfecha interesante que representa una oportunidad de negocio a largo plazo.

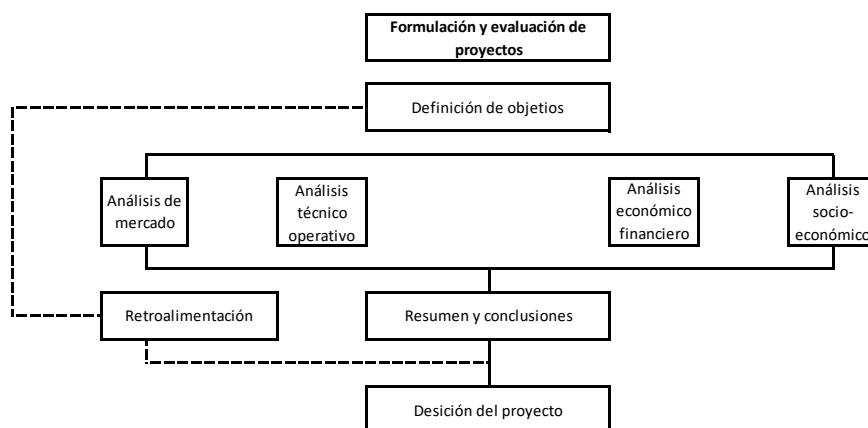
En la Universidad Tecnológica Equinoccial se halló una tesis con el tema “Plan de negocios para la comercialización de muebles en MDF y aglomerado para la Ciudad de Quito” su autor es Luis Mesa quien concluye de la siguiente manera:

El desarrollar un plan de negocios ayudara ampliar horizontes de mercado buscando el crecimiento sostenido del negocio y de esta manera poder generar ingresos y ayudar a la economía de este sector además que podrá cubrir la demanda insatisfecha existente en esta ciudad.

(Germán Arboleda Vélez, 2008) Aunque cada estudio de investigación es único y distinto a todos los demás, la metodología que se aplica en cada uno de ellos tiene una particularidad de adoptarse a cualquier proyecto, El objetivo principal no es solo obtener el mayor rendimiento sobre la inversión sino que en los tiempos actuales de crisis, el objetivo puede ser que la empresa sobreviva, mantener el mismo segmento del mercado, diversificar la producción, aunque no se aumente el rendimiento sobre el capital.”

La estructura general de la metodología de la evaluación de proyectos se representa así:

Figura 1: Estructura general de la evaluación de proyectos



Fuente: (Germán Arboleda Vélez, 2008) Proyectos formulación, evaluación y control.

Realizador por: La autora

(BACA Gabriel, 2006) El ciclo de desarrollo de un proyecto comprende las fases de pre inversión, de inversión y operacional.

En la fase de pre inversión es primordial cubrir una serie de acciones, que comienzan con la identificación de la idea de proyecto, pasa por los estudios de pre factibilidad y factibilidad y termina con la decisión de invertir.

La fase de pre inversión comprende varias etapas:

- ❖ **Etapas 1:** Identificación de oportunidades de inversión - Estudios de oportunidad o Estudios preliminares. La versión más simplificada de estos estudios son los perfiles de proyectos.
- ❖ **Etapas 2:** Selección y definición del proyecto – Estudios de pre factibilidad.
- ❖ **Etapas 3:** Formulación de proyectos – Estudios de factibilidad. Los estudios de apoyo o funcionales forman parte de esta etapa.
- ❖ **Etapas 4:** Evaluación final y decisión de invertir.

El estudio de pre factibilidad esta es una etapa en la cual no se debe pensar en la formulación de un estudio de factibilidad técnico-económica que permita tomar una decisión definitiva respecto del proyecto. Este estudio tiene por objetivos determinar:

- ❖ Si la oportunidad de inversión es lo bastante prometedora como para que se pueda adoptar la decisión de invertir.
- ❖ Si el concepto del proyecto justifica un análisis detallado mediante un estudio de factibilidad
- ❖ Si las repercusiones que producirá el proyecto sobre el sistema económico y

social que lo emprende son favorables.

- ❖ Si algún aspecto del proyecto es crítico para su viabilidad y requiere una investigación a fondo.
- ❖ Si la información es suficiente para decidir que la idea del proyecto es viable o no.

(BACA Gabriel, 2006) La fase de inversión corresponde al periodo de realización del proyecto. Se inicia cuando se toma la decisión de invertir en el proyecto y termina cuando se concluye la ejecución satisfactoria del proyecto y se toma la decisión de iniciar la fase operacional del proyecto.

La fase operacional comienza cuando el proyecto está completamente ejecutado, aprobado, en cuanto a funcionamiento se refiere, se entrega a la organización encargada de la producción del bien o la prestación de servicio.

2.2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La cocina es el centro del hogar, es donde pasamos más tiempo junto a nuestra familia, donde nos reunimos día a día para compartir alimentos, experiencias, problemas y soluciones, es por ello que este espacio del hogar requiere una decoración con muebles de cocina confortables que permitan organizar todos los instrumentos, así como todos los elementos que integran la misma.

Es casi imposible imaginarse al ser humano sin muebles alrededor. Los muebles siempre han acompañado al hombre desde su primera aparición en la tierra. Al principio los muebles no se construían, sino que eran objetos que se usaban para las funciones de un mueble.

Con el paso de los años se empezó a utilizar la madera como material principal para construir los muebles que les permitirían ordenar y clasificar sus pertenencias al mismo tiempo que ganaban en comodidad.

Los primeros datos de muebles se refieren al antiguo Egipto. Se caracterizaban por las estructuras sencillas, usando clavijas y ensamblajes sencillos. Junto con estos muebles, en las clases altas se realizaban decoraciones geométricas en colores vivos. También se ornamentaban con animales y plantas en bajo relieve y se usaban otros adornos de oro o marfil.

Desde entonces el ser humano considera los muebles un arte ya que los muebles son los objetos más representativos del estatus de una casa. Todavía se conservan muebles antiguos decorados y pintados con técnicas ancestrales encontrados en yacimientos que datan de siglos atrás.

La historia de los muebles pasa por un sin fin de épocas, estilos y artistas diversos desde el antiguo Egipto hasta nuestros días con la aparición del mecanizado y de los nuevos materiales. Es por ello que los muebles antiguos varían considerablemente según la época, el lugar y el artista que los imaginó.

La cocina ha cambiado en el tiempo debido a los avances en electrodomésticos de consumo. Aunque se vean muchas cocinas con aspectos industriales donde predomine el acero inoxidable, los elementos estéticos más tradicionales siguen teniendo su encanto. Materiales de toda la vida, como la madera siguen siendo actuales y demandados, especialmente aptos para espacios donde se quiera conseguir un ambiente acogedor y cálido.

Dentro del desarrollo de los muebles de cocina podemos mencionar la cocina antigua y la cocina actual.

2.2.1. La cocina antigua

Figura 2: La cocina antigua



Fuente: <http://fotoscorpiojc.blogspot.com/>

Las características de la cocina antigua se relacionan con los materiales utilizados, el diseño y sus productos complementarios. Los materiales que se usan en el suelo o la pared, son la madera, la piedra, el ladrillo, el barro. Las paredes también pueden estar

empapeladas o pintadas con una escala de colores similar a la del resto de la cocina, las cerámicas serán de un tono oscuro. En cuanto a los muebles, predominará la madera, vitrinas de cristal, sillas de madera con asiento de mimbre.

Una cocina antigua perfecta, tendrá una combinación de madera, hierro, ladrillo, barro, azulejos. La cerámica pintada, los adornos, y el acero le darán un toque de elegancia, frescura y sencillez a la cocina.

Los colores predominantes serán la gama de la tonalidad de la tierra y los ocre, estos, combinados con el plateado, el dorado y el negro. Si por ejemplo el suelo y las paredes son marrones o beige, los electrodomésticos pueden ser negros, con detalles en plateado o dorado.

2.2.2. La cocina actual

Figura 3: La cocina actual



Fuente: <http://www.saforguia.com/>

Hoy en día muchas cocinas dejan el lado más clásico del diseño y apuestan por líneas sobrias que transmiten nuevas perspectivas visuales como el minimalismo que impone su seriedad estética dejando a un lado el aburrimiento.

Los nuevos materiales, los colores y los complementos son los que marcan las diferencias en las cocinas minimalistas haciéndolas cómodas y diferentes. En las formas se apuesta por el modelo cúbico escondiendo los utensilios de cocina para que impere el orden y la estética.

En los muebles minimalistas el orden es una prioridad. Se usan persianas que guardan la gran mayoría de los utensilios y además son muebles cerrados visualmente por lo que aunque estén levantadas las persianas impera el orden al estar ocultos en los muebles.

Una tendencia en los muebles minimalistas para la cocina es el uso de cristal translúcido en grandes puertas combinadas con madera o en los nuevos materiales plásticos. En los cajones casi no visibles por el exterior ya que se mimetizan los tiradores con el resto del mueble son por lo general ordenados en el interior hasta un punto extremo.

Los electrodomésticos en las cocinas minimalistas se disimulan utilizando acabados que se mimetizan con el resto de los muebles de cocina y se distribuyen de una manera funcional al mismo tiempo que aumentan la armonía decorativa.

Aunque los muebles cerrados es una máxima en las cocinas minimalistas las últimas tendencias apuestan por los cristales y las luces en las vitrinas iluminando la vajilla del interior en un par de muebles. Este tipo de contrapuntos son muy innovadores y presentan un impacto visual llamativo.

Cada día los muebles se adaptan a la funcionalidad y por supuesto a la escases de metros cuadrados en las cocinas pequeñas, por lo que se tiende a unir distintos muebles como el fregadero con los armarios de cocina, lo que aumentan las

superficies y por lo tanto las posibilidades de obtener una cocina con varias funciones.

Los muebles de cocina con isla son una tendencia importante en la actualidad minimalista junto con campanas extractoras colgadas del techo.

2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Estudios de Factibilidad.

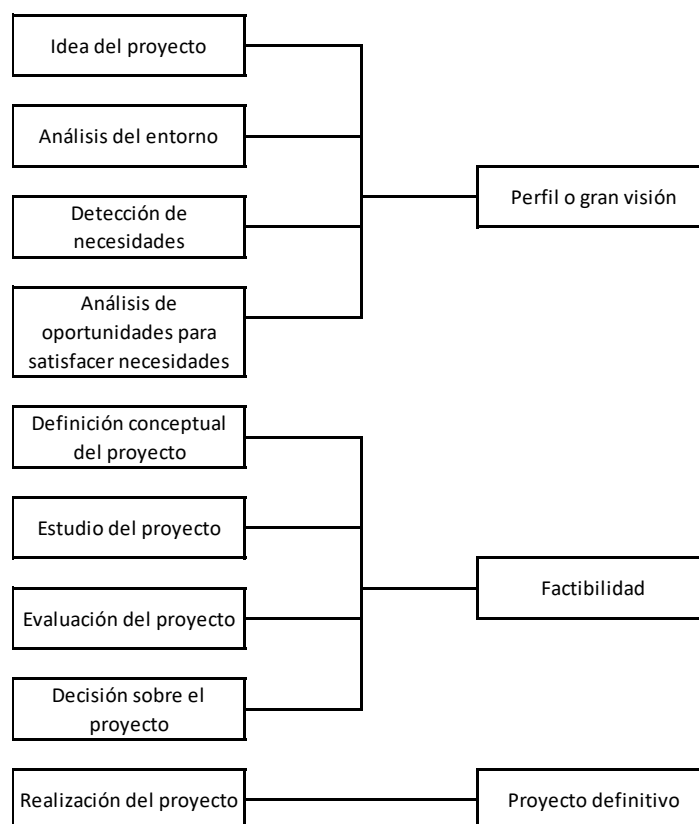
(Germán Arboleda Vélez, 2008) Para el estudio de factibilidad de un proyecto se distinguen tres niveles de profundidad. Al más simple se le llama perfil, gran visión o identificación de la idea, el cual se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que le da la experiencia. En términos monetarios solo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos, sin entrar a investigaciones de terreno.

El siguiente nivel se denomina anteproyecto. Este estudio profundiza el examen en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleara, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

El nivel más profundo y final es conocido como proyecto definitivo. Contiene toda la información del anteproyecto, pero aquí son tratados los puntos más finos; no solo deben presentarse los canales de comercialización más adecuados para el producto, sino que deberá presentarse una lista de contratos de venta ya establecidos; se debe actualizar y preparar por escrito las cotizaciones de la inversión, etc. La información presentada en el proyecto definitivo no debe alterar la decisión tomada respecto a la inversión, siempre que los cálculos hechos en el anteproyecto sean confiables y hayan sido evaluados.

(Germán Arboleda Vélez, 2008) Ya se mencionó que el primer nivel de profundidad en un estudio de evaluación es el de perfil, el cual comienza con la identificación de una idea que culmina, tras un proceso, con la instalación física de la planta.

Figura 4: Proceso de la evaluación de proyectos



Fuente: (Germán Arboleda Vélez, 2008) Proyectos formulación, evaluación y control.

Realizado por: La autora

(Germán Arboleda Vélez, 2008) Todo empieza con una idea y cada una de las etapas siguientes es una profundización de la idea inicial, no sola en lo que se refiere a conocimiento, sino también en cuanto a investigación y análisis. La última parte del proceso es, por supuesto, la cristalización de la idea con la instalación física de la planta, la producción del bien o servicio y, por último la satisfacción de una necesidad humana o social, que en un principio dio origen a la idea y al proyecto.

Cualquier persona que pretenda realizar el estudio y evaluación de un proyecto, lo primero que deberá desarrollar y presentar en el estudio es la introducción, la cual deberá contener una breve reseña histórica del desarrollo y los usos del producto, además de precisar cuáles son los factores relevantes que influyen directamente en su

consumo. Se recomienda ser breve, pues los datos aquí anotados solo servirán, como su nombre lo indica, como una introducción al tema y al estudio.

La siguiente parte que se desarrollara, sin ser capítulo aparte, debe ser el marco de desarrollo, donde el estudio debe ser situado en las condiciones económicas y sociales, y se debe aclarar porque se pensó en emprenderlo; a que personas o entidades beneficiara; que problema específico resolverá; si se pretende elaborar determinado artículo solo porque es una buena opción de inversión, sin importar los beneficios sociales o nacionales que podría aportar, etcétera.

No hay que olvidar que muchos artículos sobre todo los suntuarios, se elaboran bajo este último criterio y no por este hecho deberá omitirse un estudio que, desde todos los puntos de vista, justifiquen la inversión.

Existen diversos puntos que se deben considerar en el desarrollo del proyecto

1. Verificar que existe un mercado potencial insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto de estudio.
2. Demostrar que existe la tecnología para producirlo, una vez que se verifique que no existe impedimento alguno en el abasto de todos los insumos necesarios para su producción
3. Demostrar la rentabilidad económica de su realización

(BACA Gabriel, 2006) El estudio de factibilidad profundiza la investigación en fuentes primarias y secundarias en investigación de mercados, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos y rentabilidad económica del proyecto y es la base en la que se apoyan los inversionistas para tomar sus decisiones.

Para declarar viable un proyecto, es necesario realizar una serie de análisis representados por los estudios de factibilidad, que al desarrollarlos serán la base en la toma de decisión para la ejecución del proyecto.

a. Importancia del Estudio de Factibilidad.

Con el estudio de factibilidad, se persigue la disminución de la incertidumbre en las inversiones de capital, asimismo busca la eficiencia y la eficacia en la utilización de los recursos, a través del análisis crítico de la localización, tamaño, tecnología, organización, mercado y legalidades.

b. Factibilidad Técnica.

Permite evaluar si el equipo y software están disponibles y tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se esté planificando, también se consideran las interfaces entre los sistemas actuales y los nuevos.

Así mismo, estos estudios consideran si las organizaciones tienen el personal que posee la experiencia técnica requerida para diseñar, implementar, operar y mantener el sistema propuesto.

Urbina establece objetivos de los estudios y en lo que respecta al estudio técnico lo establece de esta forma "demostrar que tecnológicamente es posible realizar el proyecto".

Mediante el estudio de factibilidad técnico se busca establecer la viabilidad a nivel técnico del proyecto, como un preámbulo a la factibilidad económica. Está centrado en las siguientes partes que lo conforman:

X Localización del Proyecto: La localización de un proyecto es llegar a determinar el sitio óptimo que contribuya en la mejor medida a lograr la mayor rentabilidad u obtener el costo unitario mínimo.

X Tamaño del Proyecto: El tamaño del proyecto es una función de la capacidad y el tiempo, y representa la capacidad de respuesta que el proyecto tiene para satisfacer la demanda.

X Ingeniería del Proyecto: Es el conjunto de medios y procedimientos que en el proyecto se utilizarán para realizar la producción de servicios para el cual es considerado. Los elementos que conforman esta parte son: Proceso de producción, las alternativas tecnológicas y la distribución de la planta.

c. Factibilidad Económica.

La importancia del estudio de factibilidad económica radica en que un proyecto puede resultar técnicamente aceptable, pero en cuanto a su factibilidad económica no lo sea, por lo tanto, solamente comparando los costos con los beneficios podrá determinar la solución óptima.

El estudio de factibilidad económica contiene las siguientes inversiones en: terrenos, infraestructura, equipamiento, recurso humano y planificación de la operación.

d. Criterios de Evaluación.

El estudio de evaluación es la parte final de toda la secuencia del análisis de factibilidad de un proyecto y se realiza con dos fines posibles.

- ❖ Tomar una decisión de aceptar, rechazar o postergar el estudio de un proyecto específico.
- ❖ Decidir el ordenamiento de varios proyectos en función de su rentabilidad.

Los criterios de evaluación económica más usados son:

- Valor Actual Neto (VAN).
- Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR).
- Tasa Interna de Retorno (TIR).
- Relación Costo-Beneficio
- Punto de Equilibrio

Para efectos del estudio se tendrá en cuenta todos los criterios investigados y nos guiaremos mediante la metodología que propone Arboleda Vélez, también se aprovechara los conocimientos adquiridos durante la carrera.

2.2.2 Marco Conceptual

Administración: Es la determinación de los objetivos y políticas de una organización. (finanzaspersonales, 2010)

Análisis externo: Es la fase que aborda los aspectos externos como el macro y micro entorno, lo cual permite identificar las oportunidades y amenazas que afectan o puedan afectar a las actividades empresariales y por ende a su estrategia. (SERNA, Humberto. 1994).

Análisis interno: Consiste en diagnosticar la situación actual de la empresa para establecer su posición de partida en cuanto a los recursos principales, los medios de que dispone y sus habilidades para hacer frente al entorno en el cual se desenvuelve la organización. Permitiendo así identificar las fuerzas y debilidades que afectan a la misma. (SERNA, Humberto. 1994).

Efectividad: Garantía, certeza, seguridad, firmeza. (finanzaspersonales, 2010)

Estrategias: Táctica, maniobra, arte de buscar alternativas distintas para la solución de problemas. (portal.lacaixa.es)

Estudio: Esfuerzo que pone el entendimiento aplicándose a conocer algo. (RAE)

Evaluación: Es la determinación sistemática del mérito, el valor y el significado de algo o alguien en función de unos criterios respecto a un conjunto de normas. (RAE)

Factibilidad: se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. (e-conomic, 2011)

Proyecto: es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas (e-conomic, 2011)

Punto de Equilibrio: es aquel nivel de operaciones en el que los egresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos. (e-conomic, 2011)

Relación Costo-Beneficio: Es la relación entre el valor presente de todos los ingresos del proyecto sobre el valor presente de todos los egresos del proyecto, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. (e-conomic, 2011)

Renta: Ganancia, beneficio, rentabilidad obtenida por el intercambio de bienes o servicios, herencias o donaciones. (SERNA, Humberto. 1994).

Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR): Es la tasa mínima de ganancia esperada para la inversión propuesta. (e-conomic, 2011)

Tasa Interna de Retorno (TIR): es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión (e-conomic, 2011)

Variables: Inconstante, voluble, cambiante, situación alternativa que altera las circunstancias presentes o futuras. (e-conomic, 2011)

Valor Actual Neto (VAN): es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. (Teun Van Dick, 2005)

Viabilidad: El análisis de viabilidad es el estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto. (CIFRA CONSULTORES, 2010).

2.3 HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

2.3.1 Hipótesis General

El desarrollo de un estudio de factibilidad, facilitará la creación de una planta de producción y comercialización de muebles de cocina en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí, en el período 2014.

2.3.2 Hipótesis Específicas

- El estudio de mercado determina la cantidad de consumidores y productores existentes en la Ciudad de Manta.
- El estudio técnico de la propuesta demuestra cuál es la inversión, los costos, los ingresos, los egresos que sustentan la rentabilidad de la propuesta.
- La evaluación de los costos e inversiones establece el presupuesto para la planta de producción y comercialización de muebles de cocina.
- El diagnóstico financiero, social y ambiental determina la inversión requerida

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable Independiente

La realización del estudio de factibilidad

2.4.2 Variable Dependiente

La Creación de una planta de producción y comercialización de muebles de cocina.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar el presente trabajo de investigación se utilizara un enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo.

El método cualitativo es un método de investigación que se basa en cortes metodológicos basados en principios teóricos tales como la fenomenología, la hermenéutica, la interacción social empleando métodos de recolección de datos que son no cuantitativos, con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan sus correspondientes protagonistas.

El método cuantitativo es procedimiento de decisión que pretende decir, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística.

Para que exista metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar. Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema, en qué dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación a utilizarse en el presente trabajo son:

3.2.1. Investigación exploratoria

El presente trabajo realizaremos la investigación exploratoria para poder recoger e identificar antecedentes generales, números y cuantificaciones, temas y tópicos respecto del problema investigado, sugerencias de aspectos relacionados que deberíamos examinar con profundidad. El objetivo es documentar ciertas experiencias, examinar temas o problemas poco estudiados o que no han sido abordadas antes y poder identificar relaciones potenciales entre variables y establecer el “tono” de investigaciones posteriores más rigurosas.

3.2.2. Investigación descriptiva

El objetivo de la aplicación de la investigación descriptiva en el presente trabajo consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

- **Métodos, técnicas e instrumentos**

La metodología que aplicaremos en el trabajo de investigación contiene los métodos necesarios para poder llevar a cabo la investigación, nuestro trabajo estará regido bajo el método Inductivo y deductivo:

El método Inductivo. Es un modo de razonar que nos llevará de lo particular a lo general y de una parte a un todo en la presente investigación.

El método Deductivo. Utilizaremos este método debido a que se trata de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa y este nos permite razonar y nos lleva de lo general a lo particular, de lo complejo a lo simple.

- **Técnicas de investigación**

Para alcanzar los objetivos propuestos en el presente proyecto de investigación, se utilizará las siguientes técnicas de investigación con sus respectivos instrumentos.

1. **Muestreo.-** El grado de representatividad de la información de la muestra vendrá determinado por dos parámetros, que fija la investigadora: el error muestral (0.05) y el grado de confianza (1.96).

La población total de la Ciudad de Manta correspondiente a 226.477 habitantes según el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo en el año 2010, de los cuales 111403 habitantes son de hombres y 115074 habitantes son mujeres, la Población Económicamente Activa (PEA) es de 101915 habitantes para tener el número de habitantes aproximados al presente año se tomará en cuenta la tasa de crecimiento anual que es de 1.52% de acuerdo a lo estimado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), por lo tanto el total de los habitantes es de 240245 habitantes aproximadamente, y de la Población Económicamente Activa (PEA) es de 108111 personas aproximadamente.

Por la extensión de la población, es necesario realizar el cálculo de una muestra representativa en la cual utilizaremos la siguiente fórmula:

$$\alpha = 0,95$$

$$Z = 1,96$$

$$p = 3\ 0\% = 0,3$$

$$q = 1-p = 0,7$$

$$E = 0,05$$

Cuadro 1: Grados de confianza

α	0,90	0,95	0,98	0,99
Z	1,645	1,96	2,33	2,575

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Nivel_de_confianza

Realizado por: La autora

$$n = \frac{(z^2) (p*q)N}{(E^2 * (N-1)) + ((z^2)p*q)}$$

$$n = \frac{(1,96^2)(0,3*0,7) 108111}{(0,05^2*(108111-1))+((1,96^2)*0,3*0,7)}$$

$$n = \frac{87217,04}{271,08}$$

$$n = 321,74$$

- 2. Revisión de bibliografía.**-Esta técnica nos permitirá recolectar información segura y confiable.

- 3. Entrevistas:** Con esta técnica podremos tener una conversación profesional, con propietarios de empresas, consumidores y similares, de esta manera obtendremos información más certera, para que se pueda lograr resultados exitosos se necesita un nivel de comunicación aceptable entre el investigador y los participantes en la misma.
- 4. Encuesta:** La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, y lo realizaremos mediante un cuestionario previamente elaborado en el cual conoceremos la opinión o la valoración del individuo encuestado sobre el estudio de Factibilidad para la creación de una planta de producción y comercialización de muebles de cocina en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí, período 2014.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

El objetivo de esta encuesta es determinar si es factible la creación de una planta productora y comercializadora de muebles de cocina en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí. Por lo tanto, pedimos su colaboración y las respuestas a las interrogantes planteadas.

INSTRUCCIONES GENERALES:

- a) Esta encuesta de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- b) Trate de contestar todas las preguntas.
- c) Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta.
- d) Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación.

Sexo: Masculino ☐ Femenino ☐

Edad: 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ 46-55 ☐ De 55 en adelante ☐

1. ¿Usted cuenta con casa propia?

SI ☐ NO ☐

2. ¿Cuál es su ocupación?

Empleado Privado	<input type="checkbox"/>	Servidor Público	<input type="checkbox"/>
Trabajo Independiente	<input type="checkbox"/>	Comerciante	<input type="checkbox"/>
Ama de casa	<input type="checkbox"/>	Estudiante de Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>

3. ¿En qué rango se encuentra su remuneración mensual?

Entre \$340 a \$500 ☐

Entre \$500 a \$750 ☐

Entre \$750 a \$1000 ☐

Más de \$1000 ☐

4. ¿Ha renovado alguna vez su cocina?

SI ☐

NO ☐

5. ¿Estaría dispuesto a renovar su cocina?

SI ☐

NO ☐

6. ¿Usted conoce si en la ciudad de Manta, existen empresas productoras y comercializadoras de muebles de cocina?

SÍ ☐

NO ☐

7. ¿Estaría dispuesto a adquirir muebles de cocina en una nueva empresa productora y comercializadora de estos bienes?

Sí ☐

No ☐

Tal vez ☐

¿Por qué?

.....

8. ¿Para la remodelación de su cocina cuanto estaría dispuesto a invertir?

De 50 a 150	<input type="checkbox"/>	De 150 a 300	<input type="checkbox"/>
De 300 a 700	<input type="checkbox"/>	De 700 a 1000	<input type="checkbox"/>
De 1000 a 2000	<input type="checkbox"/>	Más de 2000	<input type="checkbox"/>

9. ¿Al adquirir los bienes como le gustaría realizar su pago?

Efectivo ☐ Tarjeta de Crédito ☐ Crédito directo/Cuotas ☐

10. ¿Dónde preferiría que esté ubicada la empresa productora y comercializadora de muebles de cocina?

Zona Céntrica	<input type="checkbox"/>	Sector Norte	<input type="checkbox"/>
Sector Sur	<input type="checkbox"/>	Sector Este	<input type="checkbox"/>
Sector Oeste	<input type="checkbox"/>	Otro Lugar	<input type="checkbox"/>

Especifique.....

11. ¿Cuándo Usted concurre a una empresa a que le da mayor importancia?

Servicio	<input type="checkbox"/>	Precio	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>	Personal	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>		

Especifique:.....

12. ¿Qué medios le gustaría que se utilicen para promocionar los bienes que produce nuestra empresa?

Afiches	<input type="checkbox"/>	Periódicos	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	Gigantografías	<input type="checkbox"/>
Tv regional	<input type="checkbox"/>	Volantes	<input type="checkbox"/>
Páginas Web	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

Especifique:.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN, QUE TENGA UN BUEN DÍA

3.1. RESULTADOS

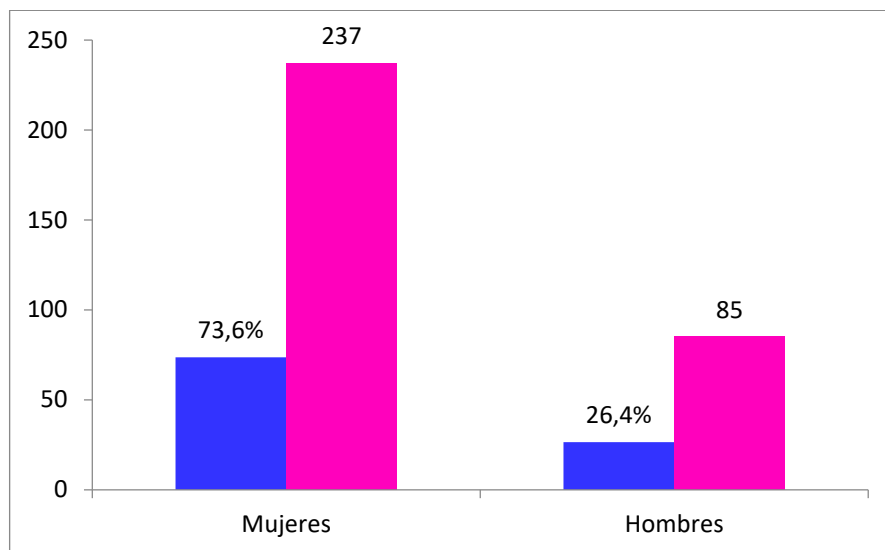
Genero de los encuestados

Cuadro 2: Encuesta 1. Genero de los encuestados

Genero		
	%	No
Femenino	73,60	237
Masculino	26,40	85
Total	100,00	322

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 1: Encuesta 1. Genero de los encuestados



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

El número total de personas encuestadas en la Ciudad de Manta fue de 322, de las cuales 237 son mujeres que representan al 73,6%, y 85 hombres que representan el 26,4%.

Edad de los encuestados

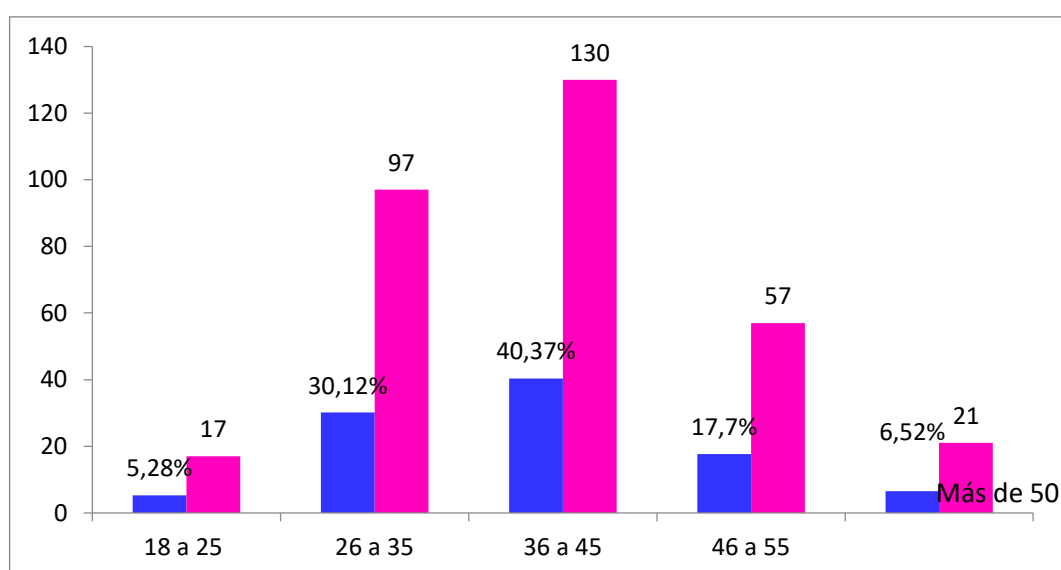
Cuadro 3: Encuesta 1. Edad de los encuestados

Edad		
	%	No.
De 18 a 25 años	5,28	17
De 26 a 35 años	30,12	97
De 36 a 45 años	40,37	130
De 46 a 55 años	17,70	57
Más de 55 años	6,52	21
Total	100,00	322

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Gráfico 2: Encuesta 1. Edad de los encuestados



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Análisis:

De las 322 personas encuestadas 17 personas se encuentran de 18 a 25 años que representan el 5,28%, 97 personas se encuentran de 26 a 35 años que representan el 30,12%, 130 personas se encuentran de 36 a 45 años que representan el 40,37%, 57 personas se encuentran de 46 a 55 años que representan al 17,7% y 21 personas mayores a los 55 años que representan al 6,52%.

Pregunta 1

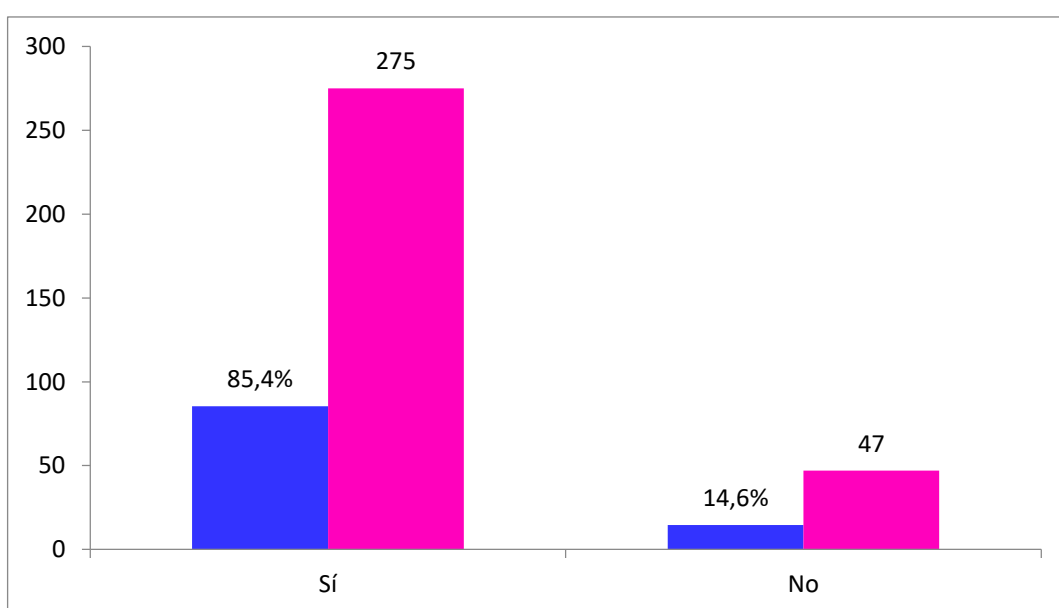
¿Usted cuenta con casa propia?

Cuadro 4: Encuesta 1. Casa propia

Casa propia		
	%	No.
Sí	85,40	275
No	14,60	47
Total	100,00	322

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 3: Encuesta 1. Casa propia



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

De las 322 personas encuestadas en el centro de la Ciudad de Manta el 84,4% representa a 275 personas respondieron que tienen casa propia mientras que el 14,6% que es igual a 47 personas no cuentan con casa propia.

Pregunta 2

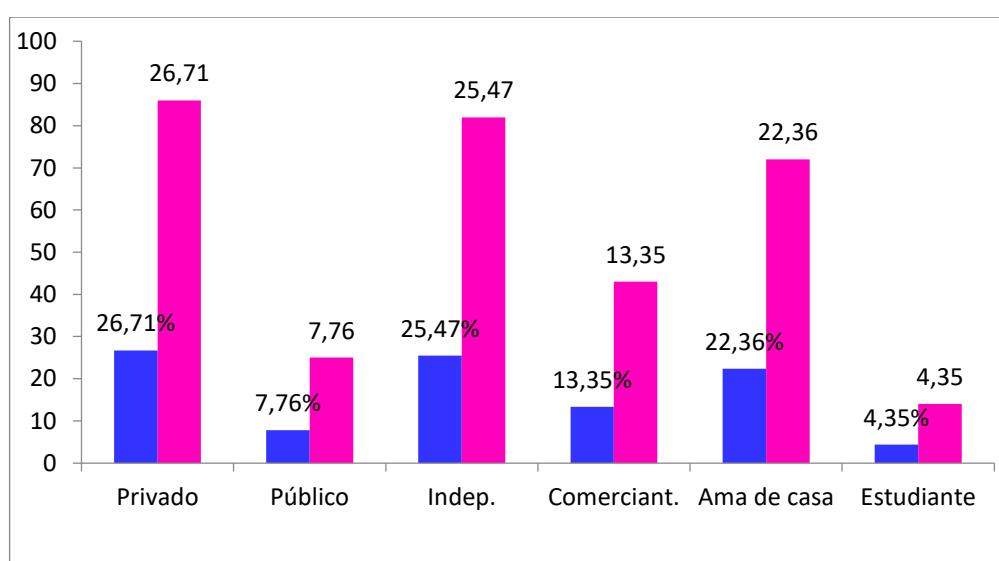
¿Cuál es su ocupación?

Cuadro 5: Encuesta 1. Ocupación

Ocupación		
	%	No.
Empleado Privado	26,71	86
Servidor Público	7,76	25
Trabajador Independiente	25,47	82
Comerciante	13,35	43
Ama de casa	22,36	72
Estudiante	4,35	14
Total	100,00	322

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 4: Encuesta 1. Ocupación



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

De las 322 personas encuestadas en la Ciudad de Manta el 26,71% trabajan en el sector privado, el 7,76% trabajan en el sector público, el 25,47% laboran como trabajadores independientes, el 13,35% son comerciantes, el 22,36% son amas de casa y el 4,35% son estudiantes.

Pregunta 3

¿En qué rango se encuentra su remuneración mensual?

Cuadro 6: Encuesta 1. Remuneración mensual

Ingresos		
	%	No.
\$340 a \$500	29,50	95
\$500 a \$750	29,81	96
\$750 a \$1000	25,16	81
Más de \$1000	15,53	50
Total	100,00	322

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 5: Encuesta 1. Remuneración mensual



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

El 29, 5% de las personas encuestadas tienen ingresos de \$340 a \$500 dólares mensuales, el 29,81% tienen ingresos entre \$500 a \$750 dólares mensuales ,mientras que el 25,16% tienen ingresos de \$750 a \$1000 dólares mensuales y las personas que tienen ingresos más de \$1000 dólares mensuales corresponden al 15,53%

Pregunta 4

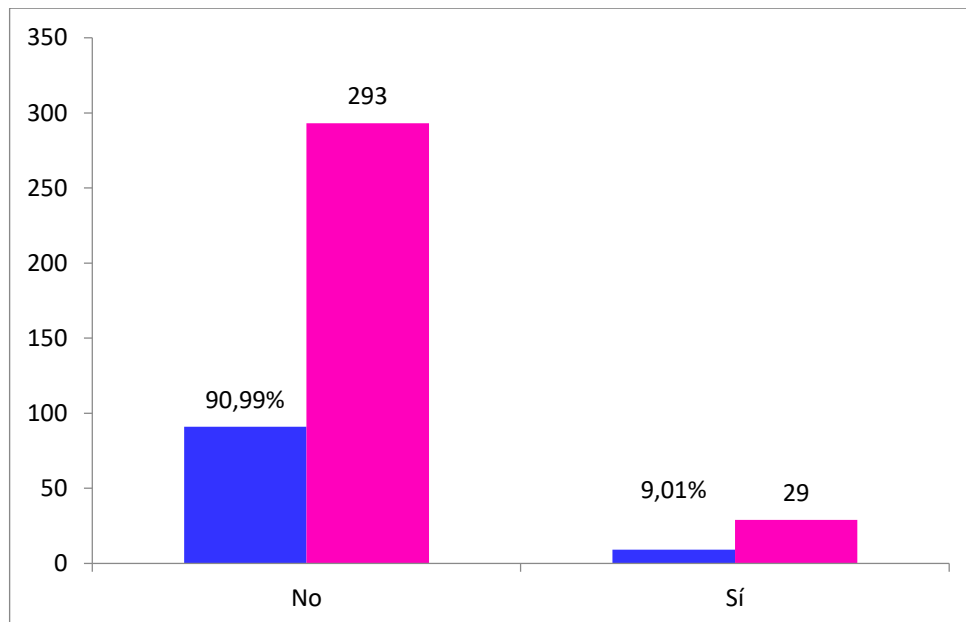
¿Ha renovado alguna vez su cocina?

Cuadro 7: Encuesta 1. Renovación de cocinas

Han renovado su cocina		
	%	No.
No	90,99	293
Si	9,01	29
Total	100,00	322

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 6: Encuesta 1. Renovación de cocinas



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

La mayoría de las personas encuestadas contestaron que no han renovado sus cocinas, esto es una gran ventaja para una nueva empresa debido a que solo el 9,01% menciona si las han renovado.

Pregunta 5

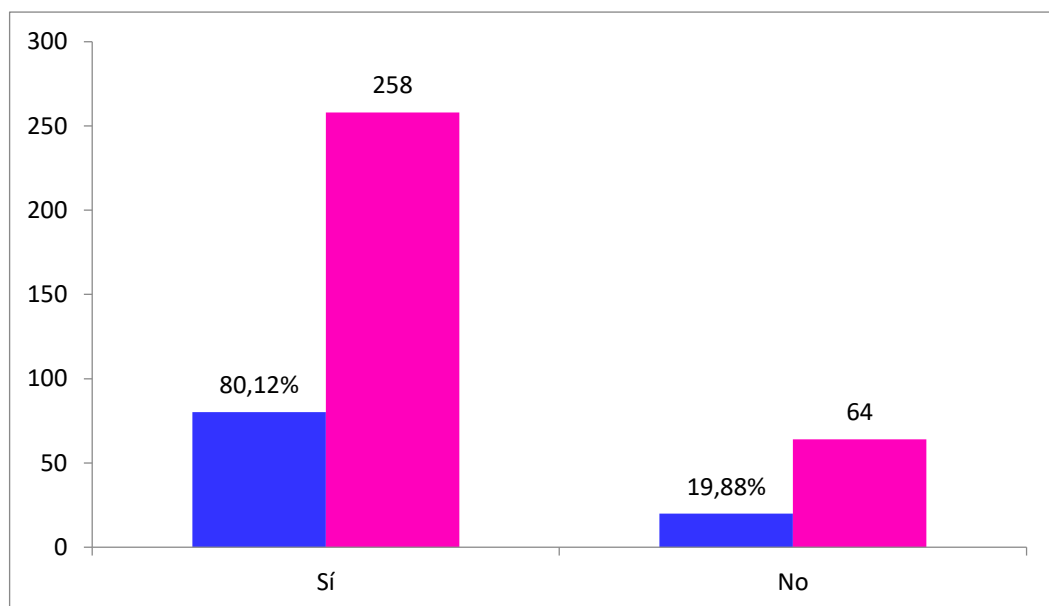
¿Estaría dispuesto a renovar su cocina?

Cuadro 8: Encuesta 1. ¿Renovaría su cocina?

Renovarían su cocina		
	%	No.
Sí	80,12	258
No	19,88	64
Total	100,00	322

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 7: Encuesta 1. ¿Renovaría su cocina?



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Analisis:

De las 322 personas encuestadas 258 personas dijeron que si estarían dispuestas a renovar sus cocinas, mientras que el 19,88% no estuvo de acuerdo.

Pregunta 6

¿Usted conoce si en la ciudad de Manta, existen empresas productoras y comercializadoras de muebles de cocina?

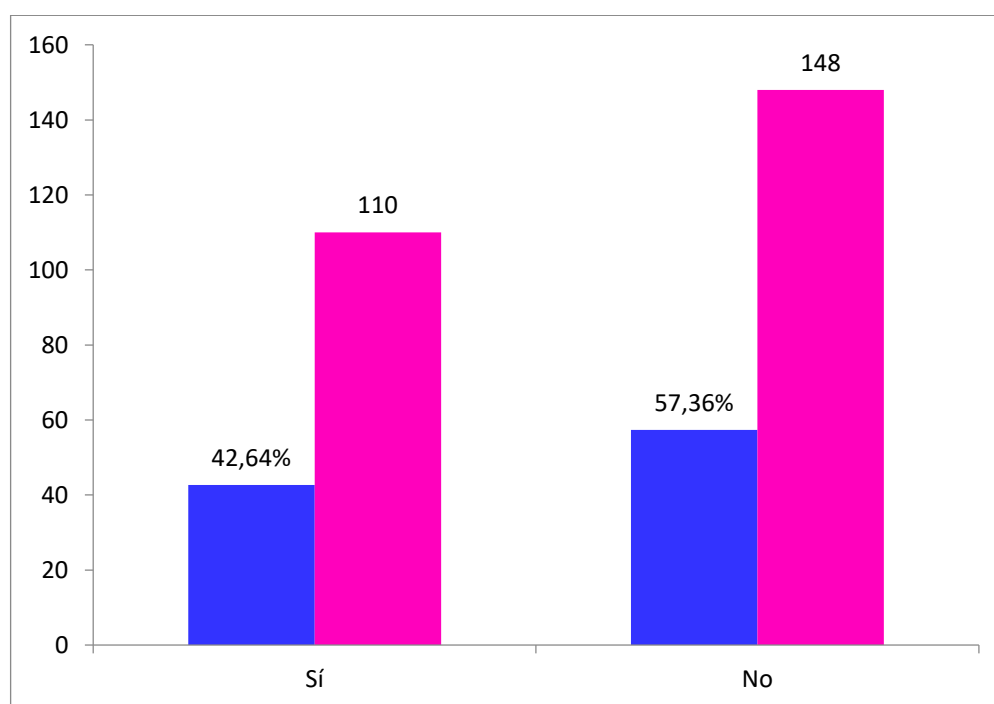
Cuadro 9: Encuesta 1. ¿Conoce algún proveedor?

Conoce algún otro proveedor		
	%	No.
No	57,36	148
Sí	42,64	110
Total	100,00	258

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Gráfico 8: Encuesta 1. Conoce algún otro proveedor



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Análisis:

De las 322 personas encuestadas el 42,64% conocen almacenes que producen y/o comercializan muebles mientras que el 57,36% desconoce de este tipo de empresas.

Pregunta 7

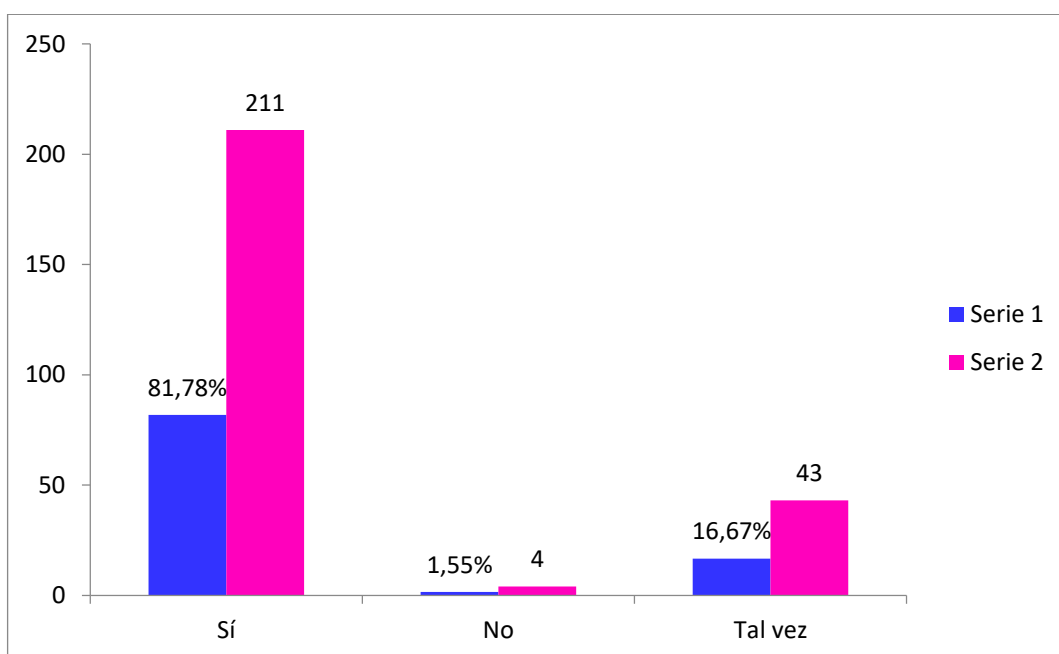
¿Estaría dispuesto a adquirir muebles de cocina en una nueva empresa productora y comercializadora de estos bienes?

Cuadro 10: Encuesta 1. ¿Adquiriría muebles de cocina?

Adquiri muebles de cocina		
	%	No.
Sí	81,78	211
No	1,55	4
Tal vez	16,67	43
Total	83,33	258

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 9: Encuesta 1. ¿Adquiriría muebles de cocina en una empresa nueva?



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

211 personas que son igual a 81,78% dijo que si estarían dispuestos a adquirir los muebles de cocina en empresas nuevas, el 1,55% dijo que no y el 16,67% dijo que tal vez podrían adquirir los bienes dependiendo de diversos factores.

Pregunta 8

¿Para la remodelación de su cocina cuanto estaría dispuesto a invertir?

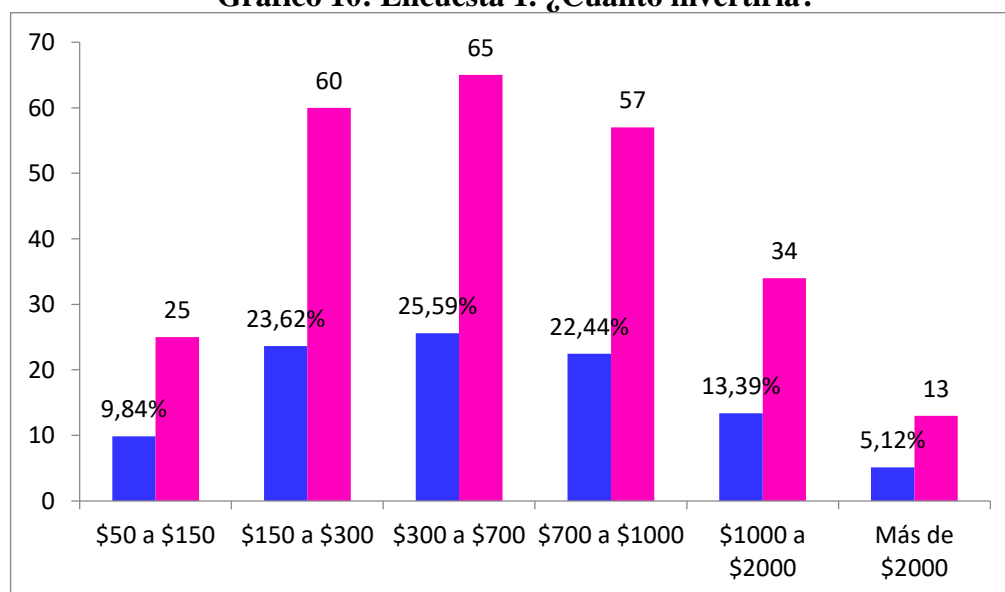
Cuadro 11: Encuesta 1. ¿Cuánto invertiría?

Invertir		
	%	No.
\$50 a \$150	9,84	25
\$150 a \$300	23,62	60
\$300 a \$700	25,59	65
\$700 a \$1000	22,44	57
\$1000 a \$2000	13,39	34
Más de \$2000	5,12	13
Total	100,00	254

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Gráfico 10: Encuesta 1. ¿Cuánto invertiría?



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Análisis:

La mayoría de las personas encuestadas están dispuestas a invertir en la remodelación de su cocina desde los \$300 a \$7000 dólares, el 23,62% prefieren invertir de \$150 a \$300 dólares, mientras que el 22,44% invertiría de \$700 a \$1000 dólares y tan solo el 5,12% estaría dispuesto a invertir más de 2000 dólares en la remodelación de su cocina.

Pregunta 9

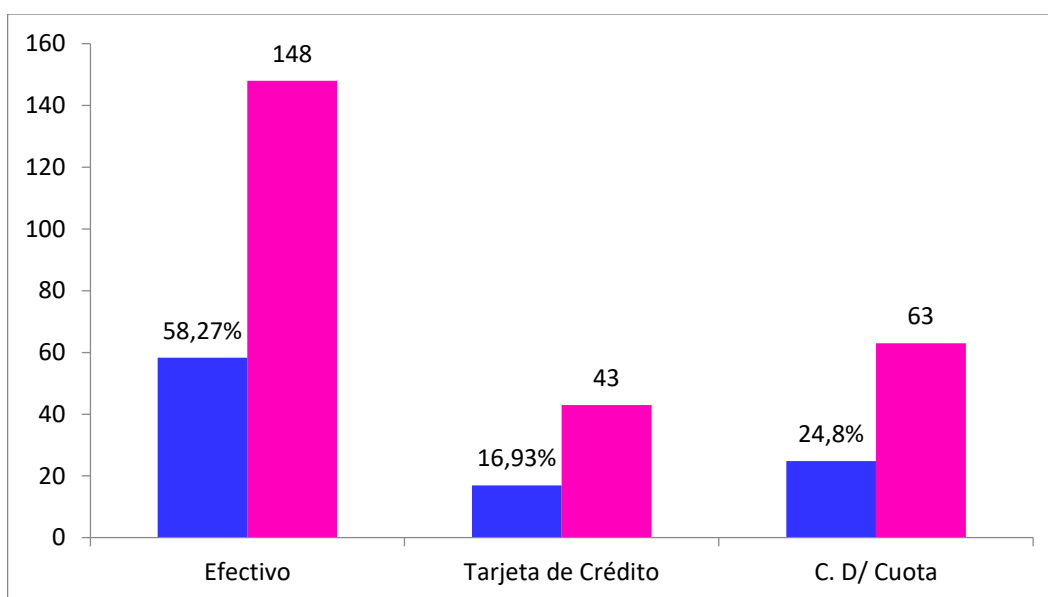
¿Al adquirir los bienes como le gustaría realizar su pago?

Cuadro 12: Encuesta 1. Forma de pago

Forma de Pago		
	%	No.
Efectivo	58,27	148
Tarjeta de Crédito	16,93	43
Crédito Directo/Cuota	24,80	63
Total	100,00	254

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 11: Encuesta 1. Forma de pago



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

Del total de las personas encuestadas 158 personas prefieren realizar sus pagos en efectivo, 43 lo realizarían mediante tarjetas de crédito y 63 les gustaría pagar mediante crédito directo o por cuotas, esto debido a que no todas las personas cuentan con dinero en efectivo al momento de realizar sus compras.

Pregunta 10

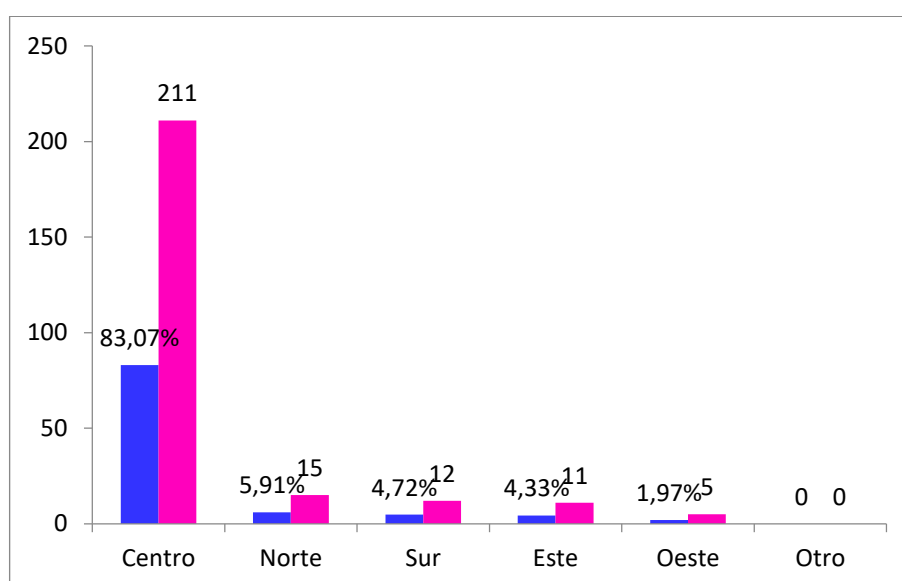
¿Dónde preferiría que esté ubicada la empresa productora y comercializadora de muebles de cocina?

Cuadro 13: Encuesta 1. Ubicación

Ubicación		
	%	No.
Centro	83,07	211
Norte	5,91	15
Sur	4,72	12
Este	4,33	11
Oeste	1,97	5
Otro	0,00	0
Total	100,00	254

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 12: Encuesta 1. Ubicación



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

La mayoría de las personas prefieren que la planta productora y comercializadora de muebles de cocina esté ubicada en la zona céntrica de la ciudad debido a que es la zona más comercial y accesible al momento de realizar sus compras.

Pregunta 11

¿Cuándo Usted concurre a una empresa a que le da mayor importancia?

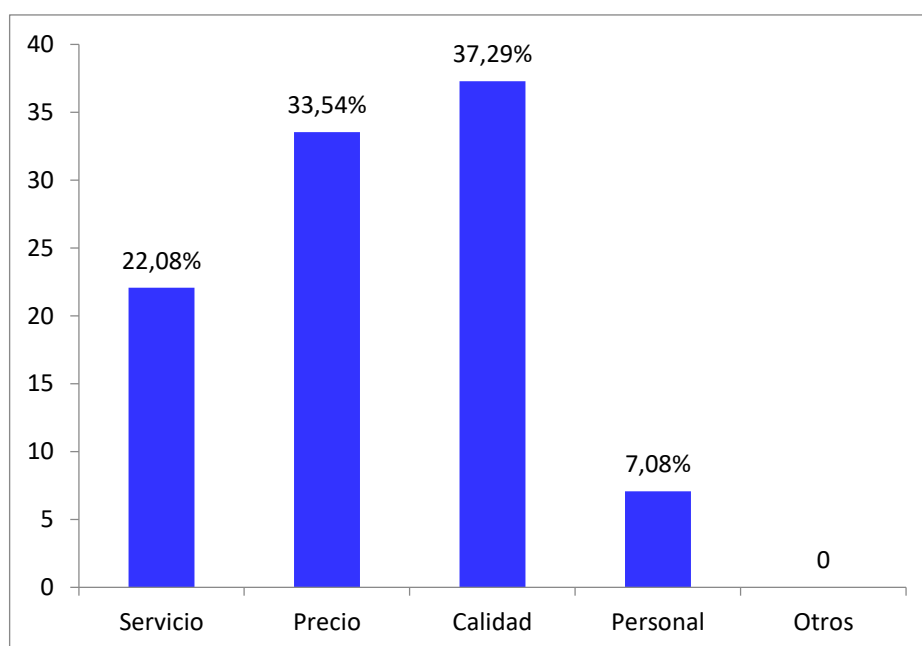
Cuadro 14: Encuesta 1. Factores importantes

Factores importantes	
	%
Servicio	22,08
Precio	33,54
Calidad	37,29
Personal	7,08
Otros	0,00
Total	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Gráfico 13: Encuesta 1. Factores importantes



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Análisis:

La mayoría de las personas encuestada piensan que la calidad es el factor más importante al momento de adquirir algún bien en una empresa, seguido por el precio y el servicio recibido.

Pregunta 12

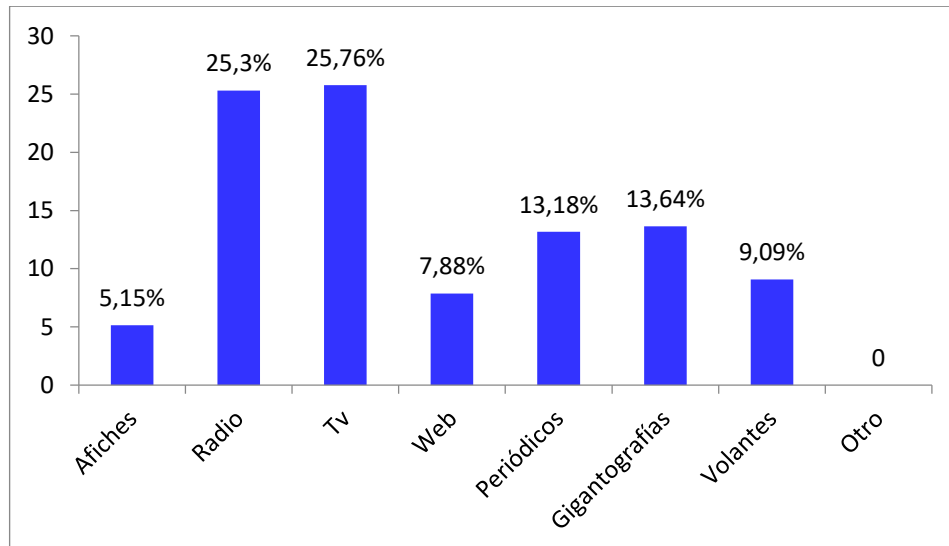
¿Qué medios le gustaría que se utilicen para promocionar los bienes que produce nuestra empresa?

Cuadro 15: Encuesta 1. Publicidad

Publicidad	
	%
Afiches	5,15
Radio	25,30
Tv regional	25,76
Web	7,88
Periódicos	13,18
Gigantografía	13,64
Volantes	9,09
Otros	0,00
Total	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 14: Encuesta 1. Publicidad



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

El medio que los encuestados preferirían que se utilice para promocionar los bienes es mediante la TV regional y las radioemisoras ya que son los medios más fáciles de acceder.

3.3.1 Interpretación de los resultados

Ante la hipótesis planteada en la presente investigación sobre “El desarrollo de un estudio de factibilidad, facilitará la creación de una planta de producción y comercialización de muebles de cocina en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí, en el período 2014.”

En este trabajo de investigación los datos obtenidos a través de la encuesta realizada a la población económicamente activa (PEA) de la Ciudad de Manta., por medio de la cual se pudo obtener información de la carencia de empresas productoras y comercializadoras de muebles de cocina en esta ciudad, si bien es cierto existen diversas empresas que solo comercializan estos bienes pero que son traídos de otras provincias.

Al cumplir con la hipótesis planteada se mejorara la economía de este sector, evitando así la fuga de capital a otras provincias y de tal manera que existan beneficiarios directos e indirectos mediante la creación de esta empresa.

3.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

3.4.1 Comprobación de la hipótesis

El desarrollo de un estudio de factibilidad, facilitará la creación de una planta de producción y comercialización de muebles de cocina en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí, en el período 2014.

3.4.2 Planteamiento de la hipótesis

H₀: El desarrollo de un estudio de factibilidad, no facilitará la creación de una planta de producción y comercialización de muebles de cocina en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí, en el período 2014.

H_a: El desarrollo de un estudio de factibilidad, facilitará la creación de una planta de producción y comercialización de muebles de cocina en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí, en el período 2014

Nivel de confianza

Alfa = Se aplicó la fórmula para calcular la muestra ya que la población es extensa, dándonos como resultado muestral un total de 322.

$$n = \frac{(z^2) (p*q)N}{(E^2 * (N-1)) + ((z^2)p*q)}$$

$$n = \frac{(1,96^2)(0,3*0,7) 108111}{(0,05^2*(108111-1))+((1,96^2)*0,3*0,7)}$$

$$n = \frac{87217,04}{271,08}$$

$$n = 321,74$$

Región de aceptación y formula estadística

Grados de Libertad

$$Gl = (f-1)*(c-1)$$

$$Gl = (3-1)*(2-1)$$

$$Gl = (2)*(1)$$

$$Gl = 2 \text{ según tabla} = 1,396$$

CÁLCULO DE LA JI O H2

FRECUENCIAS OBSERVADAS

Cuadro 16: Frecuencias observadas

Observado	VD	VI	Total
Si	211	568	779
No	4	76	80
Tal vez	43	9	52
Total	258	653	911

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

FRECUENCIAS ESPERADAS

Cuadro 17: Frecuencias esperadas

Esperado	VD	VI	Total
Si	220,62	558,38	779,00
No	22,66	57,34	80,00
Tal vez	14,73	37,27	52,00
Total	258	653	911,00

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

FÓRMULA

Cuadro 18: Cálculo de la fórmula

$$\chi^2 = \sum \frac{FO - FE^2}{FE}$$

Cal. Fórmula	VD	VI	Total
Si	0,42	0,17	0,58
No	15,36	6,07	21,43
Tal vez	54,28	21,45	75,73
Total	70,06	27,68	97,74

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

3.4.3 Comparación entre los valores de la chi- cuadrado calculado y el crítico

Formula:

$$X^2 \leq \text{Valor Crítico}$$

$$97,74 \leq 1,396$$

DECISIÓN

Como el valor calculado 97,74 es mayor que el valor de la tabla en este caso 1,396 entonces rechazo la hipótesis nula, y me acojo a la hipótesis positiva es decir:

El desarrollo de un estudio de factibilidad, facilitará la creación de una planta de producción y comercialización de muebles de cocina en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí, en el período 2014.

CAPÍTULO 4 MARCO PROPOSITIVO

4.1 ESTUDIO DE MERCADO

MERCADO

(MIRANDA Juan, 2005) “El mercado es el área en cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer el precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar.”

El concepto de mercado debe ser amplio; debe incluir a todas las variables relacionadas con la empresa: consumidores, competidores y restricciones físicas, técnicas, materiales, políticas, legales y administrativas.

4.1.1 EL PRODUCTO

(STANTON, Etzel y Walker 2009) Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca y más los servicios; el producto puede ser un bien, un servicio, una persona o una idea.

La empresa a desarrollar, estará dedicada a la fabricación, y comercialización de muebles de cocina, los cuales estarán trabajados con tableros de MDF y Melamínicos, con diseños, modernos, cómodos, y como valor agregado muebles hechos a la medida del área de la cocina y así de esta manera capturar la atención de nuestros futuros clientes.

Los muebles de cocina son artículos que se encuentran en el grupo de los bienes semi durables, ya que los tableros a utilizarse son de buena calidad y durabilidad.

Los muebles a ofrecerse en la empresa están destinados a todo tipo de cliente, desde un nivel económico relativamente bajo hasta un nivel económico alto.

La producción industrial de los muebles a la medida estará vinculada a satisfacer la demanda de constructores que se dediquen a la edificación de viviendas y/o conjuntos residenciales, que atribuyan a un cliente de un nivel económico medio y alto, logrando así satisfacer las expectativas del cliente.

Características del producto

Colores y Texturas

Los tableros que se utilizaran para la fabricación de los muebles son dos y difieren el uno del otro por su terminado, ya que el tablero melaminico viene con colores ya establecidos por el fabricante y que a su vez permite que el cliente escoja la tonalidad final que desea que su mueble lleve. En el caso del tablero MDF el cliente escogerá el color de laca que se utilizará en el terminado del mueble de cocina. El cliente podrá escoger entre la variedad de colores que usualmente se utiliza para muebles de cocina y que se mencionan a continuación:

Figura 5: Colores



Fuente: <http://www.istartsurf.com/>

Materiales.

Los materiales con los que se trabajaran para la elaboración de los muebles son dos; los tableros MDF y en tableros melaminicos.

Tablero de MDF

También se le llama DM o tablero de fibra de densidad media, está fabricado a partir de elementos fibrosos básicos de madera prensados en seco. Se utiliza como aglutinante un adhesivo de resina sintética, este tablero presenta una estructura uniforme.

Tablero Melamínico.

Es un tablero aglomerado de madera, revestido con papel melamínico bajo alta presión y temperatura, lo que le confiere excepcional resistencia, durabilidad y estética. Entre sus propiedades:

- Tableros de partículas de uso interior.
- No necesita aplicaciones de terminación.
- Liviano y fácil de trabajar con herramientas convencionales para madera.
- Superficie lisa y dura.
- Resistente a la acción del calor, líquidos de uso doméstico, golpes, etc.
- Higiénicos y fácil de limpiar

La línea de productos a ofrecerse está compuesto por los modulares bajos de cocina y los modulares altos.

Cuerpos bajos de cocina

Este sistema consta de distintos módulos en forma de cajón que se unen unos con otros mediante tornillos y de esta forma se compone la estructura que conforma el mobiliario de cocina completo tanto las piezas que soportan elementos básicos como la cocina , el fregadero , los armarios que complementan la composición.

Figura 6: Mueble Bajos

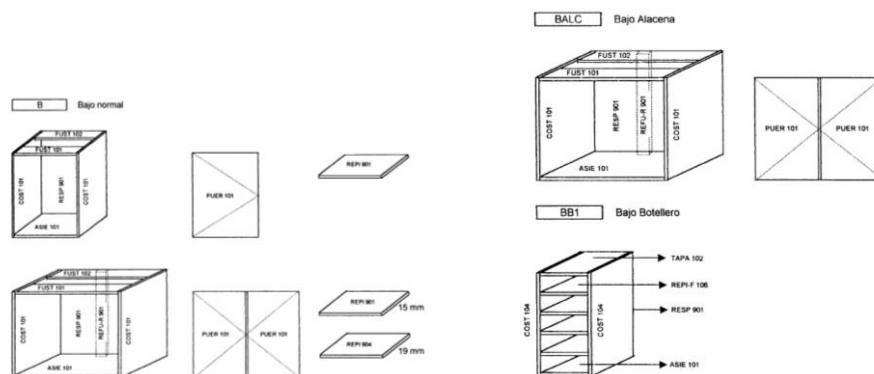


Fuente: www.reformasguita.com

PRODUCTO 1

El primer producto son los muebles con medidas universales, los cuales los vendemos por unidad, estos muebles son fabricados en los materiales y colores ya establecidos, las medidas ergonómicas de los muebles son estándares, es decir que la altura de los muebles bajos con mesón es de 70 x 60 cm.

Figura 7: Medidas de Muebles Bajos



Fuente: https://muebl.gfe_rd=cr&ei=

Cuerpos altos de cocina

Al igual que los bajos son cuerpos independientes pero tienen una profundidad menor con la finalidad de que se pueda trabajar con comodidad. Su altura total suele ser de 90 cm. Para diseñar el mobiliario es importante establecer una relación proporcionada entre los armarios superiores e inferiores y fijar, de esta forma, las medidas adecuadas.

Figura 8: Muebles Altos

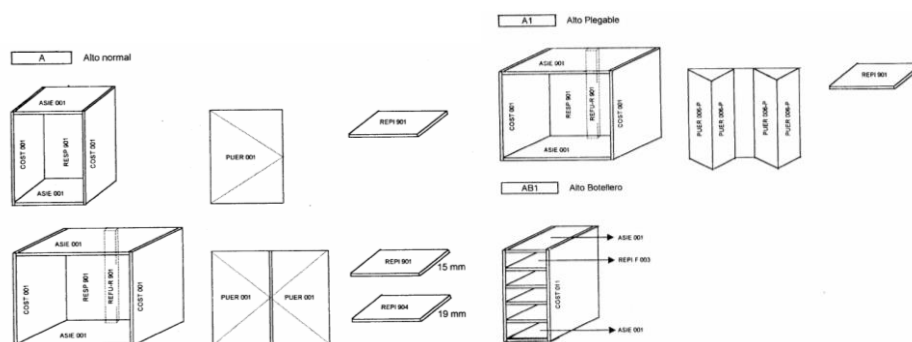


Fuente: www.reformasguita.com

PRODUCTO 2

Tenemos los módulos altos que tienen una medida estándar de 90 x 45cm, la mayoría de estos muebles están instalados a 1.47 cm. del piso hacia arriba, ya que esto permite que el usuario de la cocina pueda tener acceso a los muebles sin ningún esfuerzo, además que esta altura permite tener una visibilidad total del contenido de los muebles altos.

Figura 9: Medidas de Muebles Altos



Fuente: https://muebl.gfe_rd=cr&ei=

La altura total terminada de todos los muebles incluido altos y bajos llega a 220 cm. del piso, Los espacios de circulación desde la isla hacia los muebles modulares entre el fregadero y la cocina son de 90 cm., lo que permite un holgado movimiento al realizar las diferentes funciones y actividades de cocina.

4.1.2. EL PRECIO

(BACA Urbina, 2010) “Es el valor del producto expresado en términos monetarios como un medio de intercambio”.

Para determinar el precio de los muebles de cocina se ha realizado previamente el análisis de los costos de producción, comportamiento del mercado y de la competencia

Cuadro 19: Precios

	Precio
Producto 1	120,00
Producto 2	100,00

Fuente: Estudio técnico y de mercado
Realizado por: La Autora

4.1.3. OFERTA

Se puede decir que la oferta son los productos que se pone a disposición de los consumidores, en el análisis de mercado lo importante es conocer cuál es la oferta existente en el sector manufacturero de los muebles de cocina, con el objeto de investigar si la nueva industria cumplirá con las características deseadas por el mercado.

En el análisis de la oferta se establece aspectos tales como:

1. Identificación de la competencia actual y potencial
2. Producto que ofrecen con sus características principales
3. Canales de distribución que utilizan
4. Promociones y métodos publicitarios de captación de clientes
5. Precios de ofertan

Planificación de las encuestas realizadas

Para obtener la información que permita determinar la oferta existente en el cantón Manta, se realizó 23 encuestas establecimientos que fabrican y/o comercializan muebles de cocina con similares características.

Se utilizó un formulario de guía a fin de obtener información y algunas entrevistas a los propietarios de los almacenes, es preciso mencionar que en el formulario existen preguntas cerradas las cuales nos ayudarán a la obtención y tabulación de datos de una manera más rápida y confiable.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

El objetivo de esta encuesta es determinar la oferta existente por parte de los productores y comercializadores de muebles de cocina en la Ciudad de Manta. Por lo tanto, pedimos su colaboración y las respuestas a las interrogantes planteadas.

INSTRUCCIONES GENERALES:

1. Esta encuesta de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
2. Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta.
3. Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación.

a) Su empresa se dedica a:

Producción de muebles de cocina

☐

Comercialización de muebles de cocina

☐

Producción y comercialización de muebles de cocina

☐

b) ¿Su establecimiento adquiere muebles de cocina de otras empresas comercializadoras de este tipo de bienes?

Sí ☐

No ☐

c) ¿De cuántas empresas diferentes compra Ud. los muebles que vende?

1 – 3 ☐

4 – 6 ☐

Más de 7 ☐

d) ¿Los proveedores con los que Usted cuenta son de la región?

Sí ☐

No ☐

e) ¿Cuántos empleados trabajan en el área de producción?

1 – 3 ☐

4 – 6 ☐

7 – 10 ☐

Más de 10 ☐

f) ¿Cuántos empleados trabajan en el área de administración y ventas?

1 – 3 ☐

4 – 6 ☐

7 – 10 ☐

Más de 10 ☐

g) Los clientes al momento de adquirir los bienes ¿Qué prefieren?

Comprar anaqueles ☐

Mandarlos hacer a la medida ☐

h) Al momento de comprar los muebles de cocina ¿En qué material prefieren los clientes?

MDF ☐

Melamínico ☐

Madera maciza ☐

Otro ☐

i) ¿Cuáles son los colores preferidos por el cliente para el mueble terminado?

Blanco ☐

Caoba ☐

Negro ☐

Roble ☐

Rojo ☐

Otros ☐

j) Los clientes al momento de adquirir los bienes ¿A qué le dan mayor importancia?

Servicio ☐

Precio ☐

Calidad ☐

Personal ☐

Otros ☐

Especifique:.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN, QUE TENGA UN BUEN DÍA

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Pregunta 1

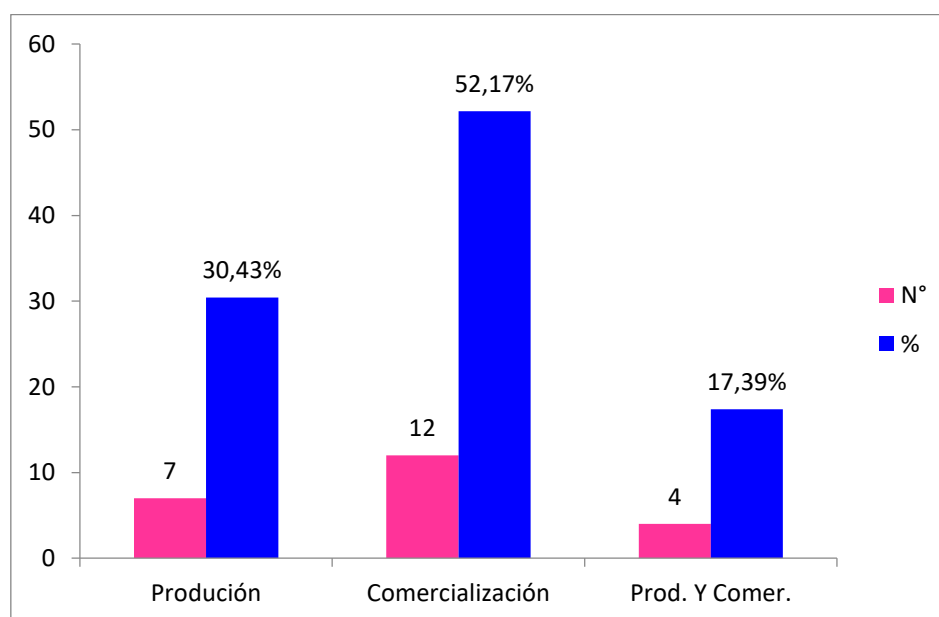
Su empresa se dedica a:

Cuadro 20: Encuesta 2. Sector económico

Oficio	N°	%
Producción	7	30,43
Comercialización	12	52,17
Prod. Y Comer.	4	17,39
Total	23	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 15: Encuesta 2. Sector Económico



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

De las 23 empresas existentes en la Ciudad de Manta 7 son productoras, 12 son comercializadoras y 4 son productoras y comercializadoras de sus propios muebles.

Pregunta 2

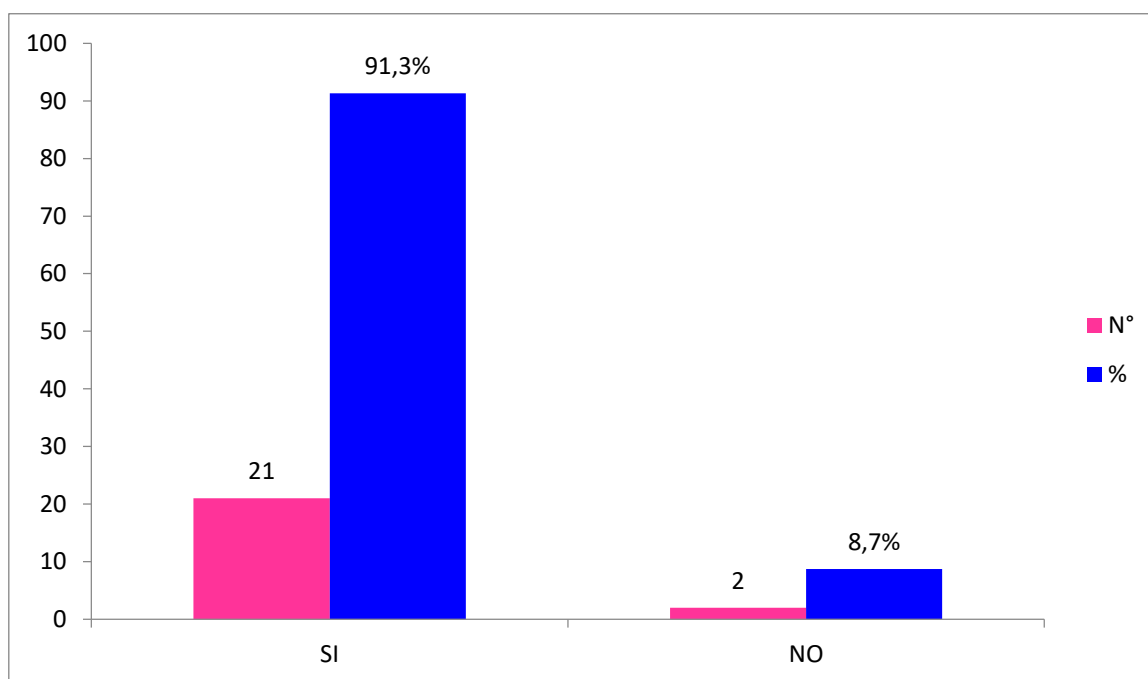
¿Su establecimiento adquiere muebles de cocina de otras empresas comercializadoras de este tipo de bienes?

Cuadro 21: Encuesta 2. Proveedores

Proveedores	N°	%
SI	21	91,30
NO	2	8,70
Total	23	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 16: Encuesta 2. Proveedores



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

De las 23 empresas encuestadas 21 de las mismas tienen quien les provee de los muebles de cocina y solo 2 no tienen proveedores.

Pregunta 3

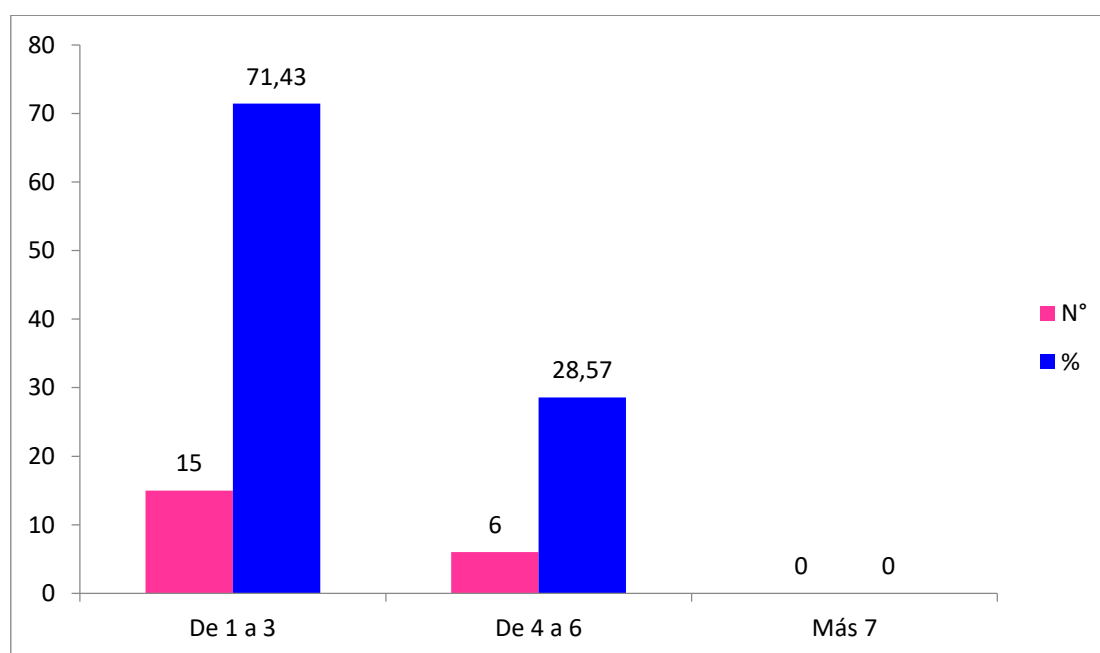
¿De cuántas empresas diferentes compra Ud. los muebles que vende?

Cuadro 22: Encuesta 2. ¿Cuántos proveedores?

Cuántos Provee	N°	%
De 1 a 3	15	71,43
De 4 a 6	6	28,57
Más 7	0	0,00
Total	21	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 17: Encuesta 2. ¿Cuántos proveedores?



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

De las 21 empresas que trabajan con proveedores 15 de ellas cuentan de 1 a 3 proveedores, 6 de estos almacenes cuentan con 4 a 6 proveedores.

Pregunta 4

¿Los proveedores con los que Usted cuenta son de la región?

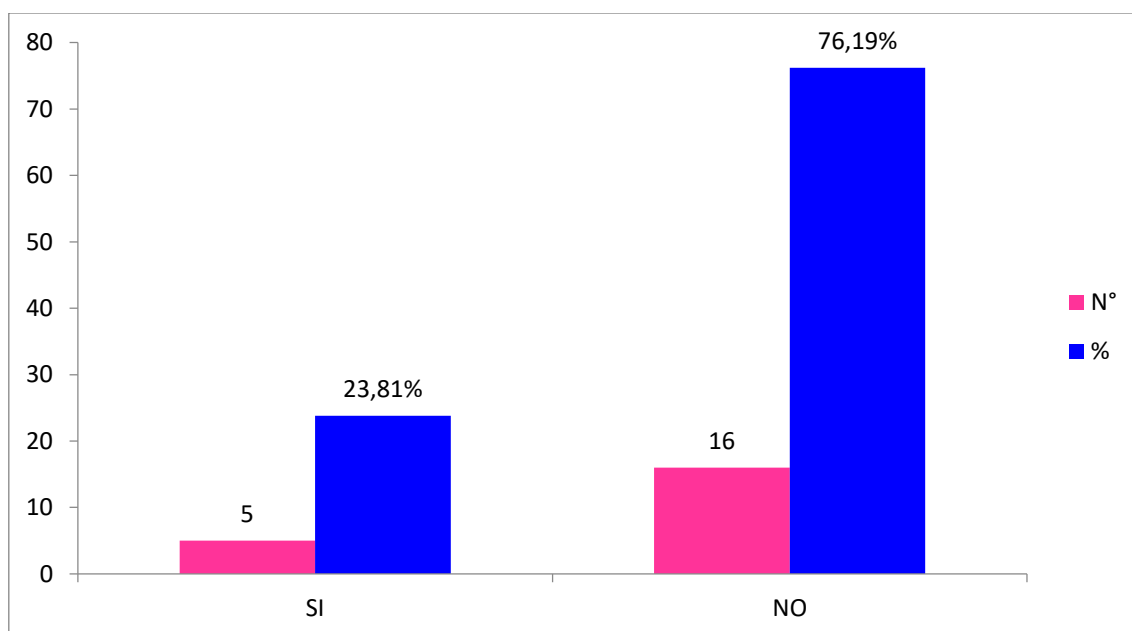
Cuadro 23: Encuesta 2. Región de los proveedores

Región	N°	%
SI	5	23,81
NO	16	76,19
Total	21	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Gráfico 18: Encuesta 2. Región de los proveedores



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Análisis:

De las 21 empresas que cuentan con proveedoras 5 de ellas adquieren los muebles a proveedores locales, mientras que el resto son de otras provincias.

Pregunta 5

¿Cuántos empleados trabajan en el área de producción?

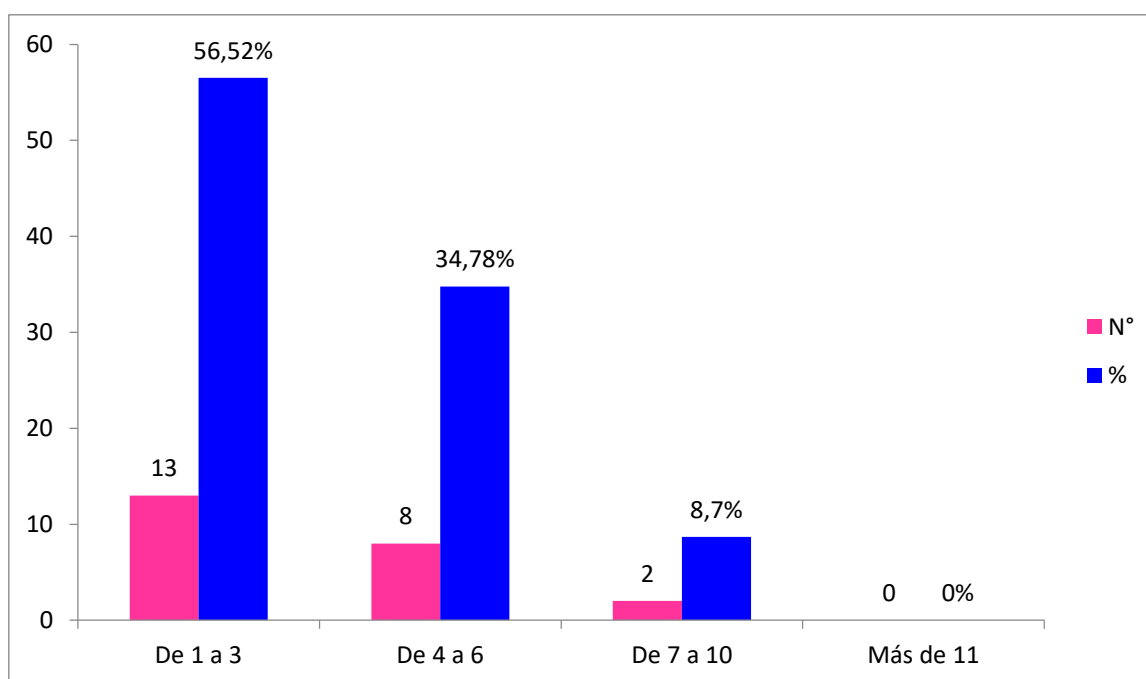
Cuadro 24: Encuesta 2. Empleados área de Producción

Empleados	N°	%
De 1 a 3	13	56,52
De 4 a 6	8	34,78
De 7 a 10	2	8,70
Más de 11	0	0,00
Total	23	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Gráfico 19: Encuesta 2. Empleados área de Producción



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Análisis:

La mayoría de las empresas cuentan con de 1 a 3 trabajadores en el área de producción, tan solo 8 de las 23 empresas cuentan de 4 a 6 empleados en esta área.

Pregunta 6

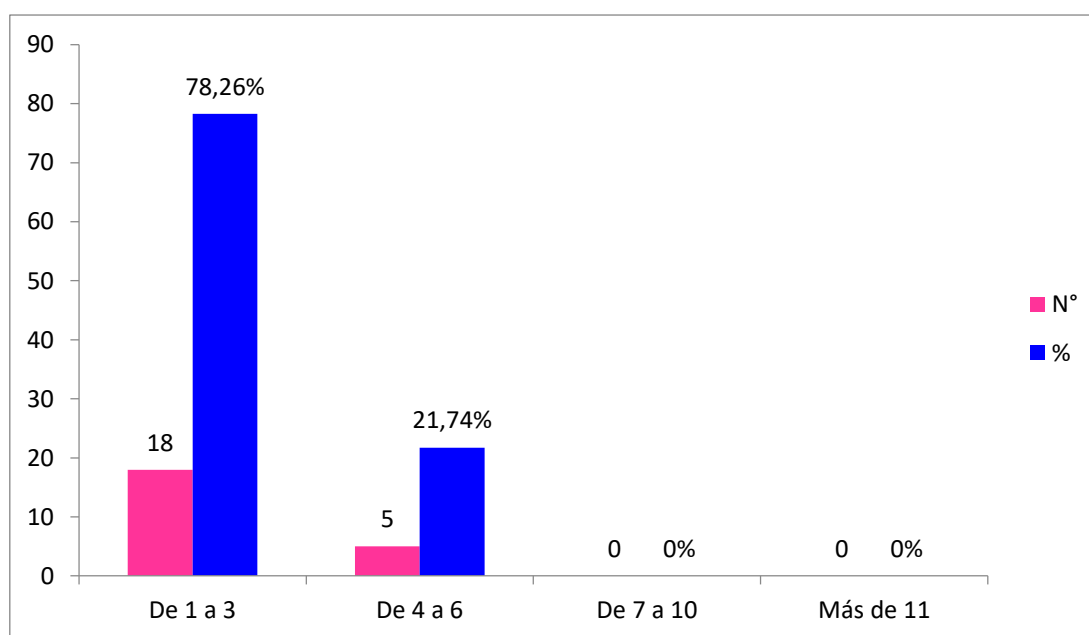
¿Cuántos empleados trabajan en el área de administración y ventas?

Cuadro 25: Encuesta 2. Empleados área de administración y ventas

Empleados	N°	%
De 1 a 3	18	78,26
De 4 a 6	5	21,74
De 7 a 10	0	0,00
Más de 11	0	0,00
Total	23	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 20: Encuesta 2. Empleados área de administración y ventas



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

De las 23 empresas 18 cuentan de 1 a 3 trabajadores en el área de administración y ventas y el 21,74% cuentan de 4 a 6 empleados en esta área.

Pregunta 7

Los clientes al momento de adquirir los bienes ¿Qué prefieren?

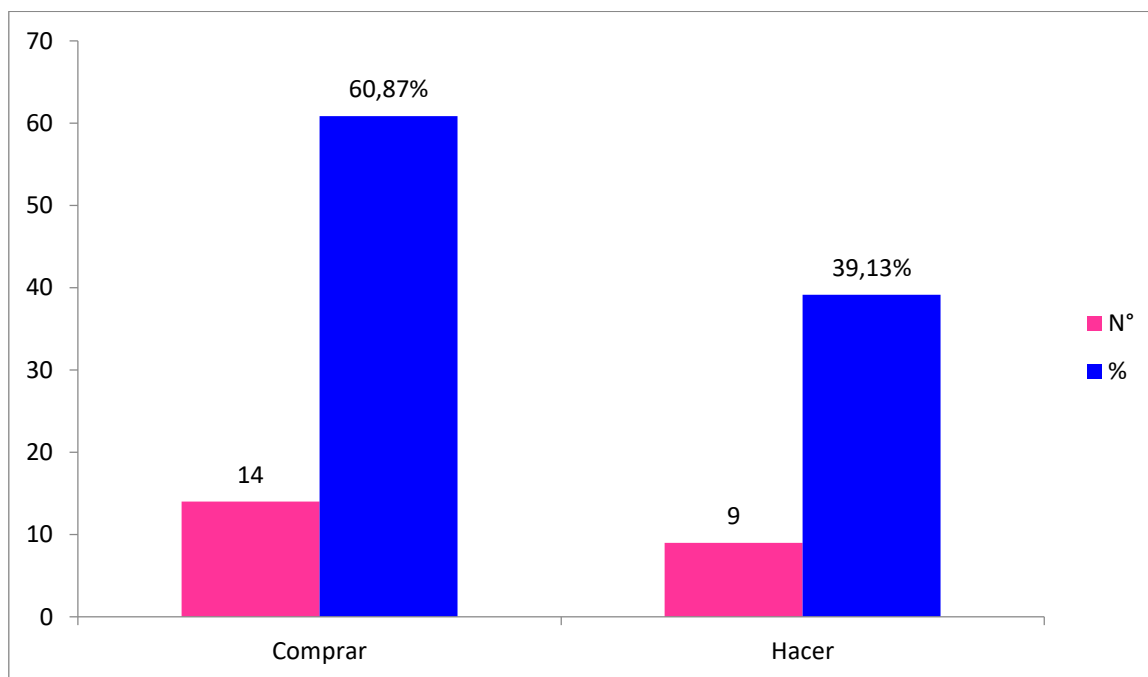
Cuadro: 26: Encuesta 2. Preferencia

Preferencia	N°	%
Comprar	14	60,87
Hacer	9	39,13
Total	23	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Gráfico 21: Encuesta 2. Preferencia



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Análisis:

De las 23 empresas encuestadas 14 de ellas comentaron que los clientes prefieren comprar los muebles y 9 mencionaron que los cliente prefieren mandarlos hacer a la medida.

Pregunta 8

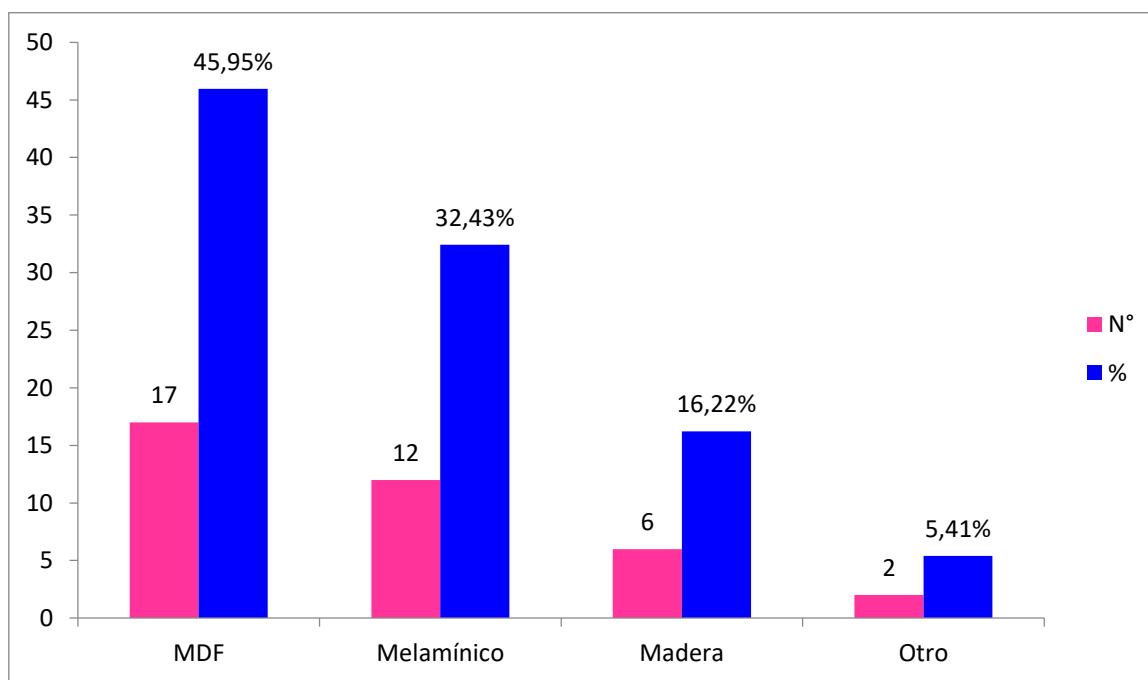
Al momento de comprar los muebles de cocina ¿En qué material prefieren los clientes?

Cuadro 27: Encuesta 2. Material

Material	N°	%
MDF	17	45,95
Melamínico	12	32,43
Madera	6	16,22
Otro	2	5,41
Total	37	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 22: Encuesta 2. Material



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

Según las empresas comercializadoras y comercializadoras de los muebles de cocina dijeron que los clientes prefieren los muebles en MDF Y Melamínico.

Pregunta 9

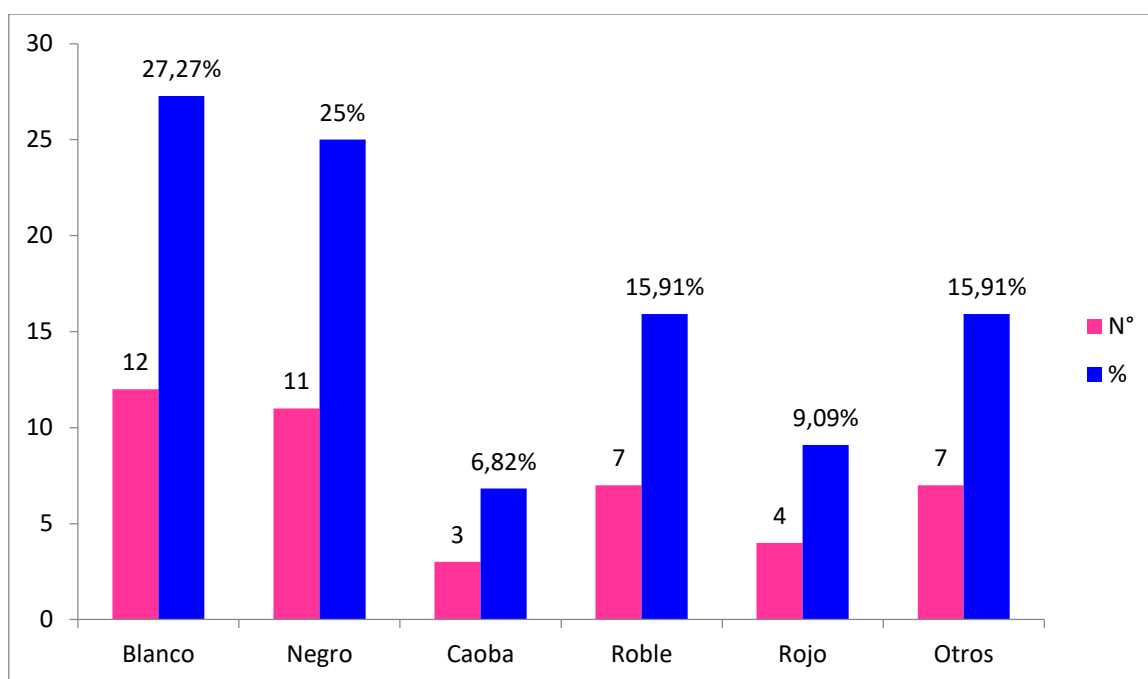
¿Cuáles son los colores preferidos por el cliente para el mueble terminado?

Cuadro 28: Encuesta 2. Color de preferencia

Color	N°	%
Blanco	12	27,27
Negro	11	25,00
Caoba	3	6,82
Roble	7	15,91
Rojo	4	9,09
Otros	7	15,91
Total	44	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 23: Encuesta 2. Color de Preferencia



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

Los colores que los clientes son varios pero los más comunes son el blanco y el negro.

Pregunta 10

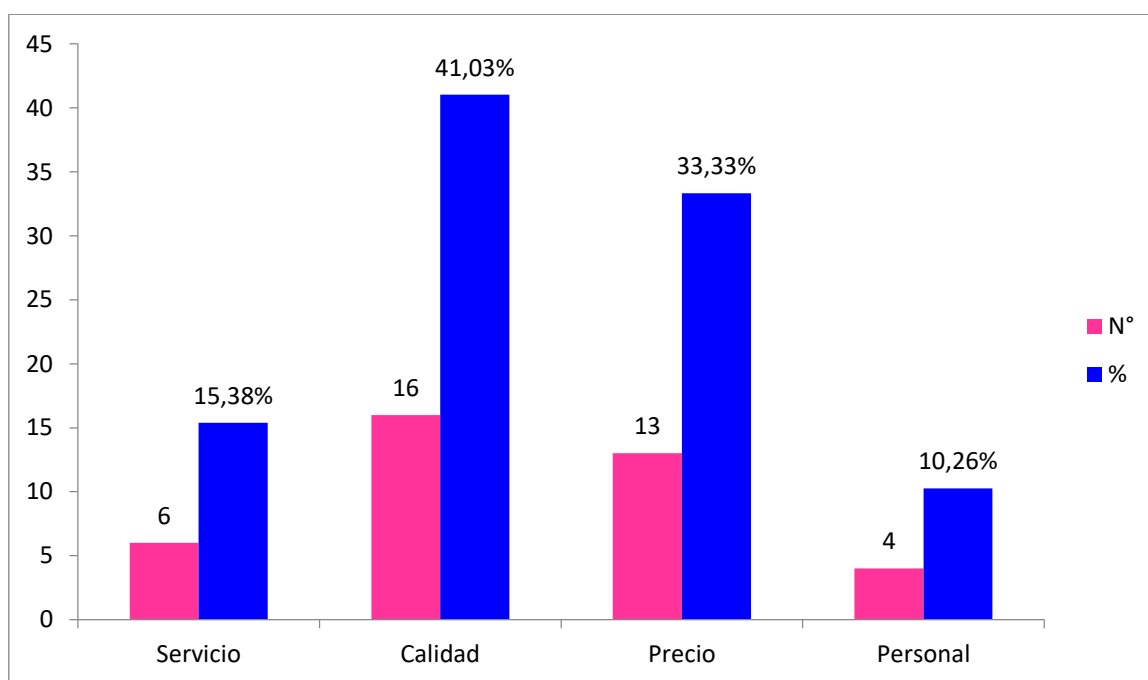
Los clientes al momento de adquirir los bienes ¿A qué le dan mayor importancia?

Cuadro 29: Encuesta 2. Factores importantes

Factores	N°	%
Servicio	6	15,38
Calidad	16	41,03
Precio	13	33,33
Personal	4	10,26
Total	39	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 24: Encuesta 2. Factores Importantes



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

Según la encuesta realizada a los productores y comercializadores de los muebles de cocina muestra que los clientes toman muy en cuenta la calidad del bien en relación con el precio.

4.1.3.1. Análisis de la oferta

La planta productora y comercializadora de muebles de cocina cuenta en el mercado del Cantón Manta con cuatro competidores directos como son Cucine, Coarte S.A, Aktuell Mobel S.A y Practi-Mueble ya que estas industrias se dedican a la producción y comercialización de los muebles de cocina en módulos.

Nuestra empresa cuenta con una gran ventaja ante las anteriores, ya que presenta al mercado un producto de la misma o mejor calidad, pero con un pequeño detalle, que nuestros precios son más asequibles, al ofertar nuestro producto tendremos una oportunidad para competir en iguales condiciones con estas empresas y de esta manera poder obtener un nicho en el mercado de los muebles de cocina modulares ya que nuestros productos son buenos bonitos y baratos como lo prefiere el consumidor final.

Después de haber analizados las encuestas realizadas a los productores y comercializadores de los muebles de cocina hemos podido determinar la oferta existente en este Cantón.

Cuadro 30: Oferta Actual

	Total
Mensual	6772
Anual	27.088

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Como podemos observar las empresas competidoras existentes en la Ciudad de Manta tienen una oferta de 27088 unidades de muebles de cocina, para lo cual se determinará posteriormente si existe demanda insatisfecha.

4.1.4. LA DEMANDA

(Horcourt, Jovanovich 2005) “Es la conducta seguida por los compradores en un mercado para un determinado bien o servicio el mismo que se lo realiza de acuerdo con las inclinaciones o gustos del consumidor el cual se encuentra limitado por los ingresos y el precio de los diferentes bienes y servicios existentes”

Muestra

El objetivo principal de un diseño de muestreo es proporcionar indicaciones para la selección de una muestra que sea representativa de la población bajo estudio.

La Población Económicamente Activa (PEA) del Cantón Manta es de 101915 habitantes según lo estimado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), para tener el número de habitantes aproximados al presente año se tomará en cuenta la tasa de crecimiento anual que es de 1.52% de acuerdo a lo estimado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), por lo tanto el total de los habitantes es de 240245 habitantes aproximadamente, y de la Población Económicamente Activa (PEA) es de 108111 personas aproximadamente.

Por la extensión de la población, es necesario realizar el cálculo de una muestra representativa en la cual utilizaremos la siguiente fórmula:

$$\alpha = 0,95$$

$$Z = 1,96$$

$$p = 30\% = 0,3$$

$$q = 1-p = 0,7 \quad E = 0,05$$

Cuadro 31: Grados de confianza

α	0,90	0,95	0,98	0,99
Z	1,645	1,96	2,33	2,575

Realizado por: La autora

$$n = \frac{(z^2)(p*q)N}{(E^2 * (N-1)) + ((z^2)p*q)}$$

$$n = \frac{(1,96^2)(0,3*0,7) 108111}{(0,05^2*(108111-1)) + ((1,96^2)*0,3*0,7)}$$

$$n = \frac{87217,04}{271,08}$$

$$n = 321,74$$

Planificación de las encuestas realizadas

Para obtener la información que permita determinar las oportunidades de un bien en el mercado se aplicó una encuesta a 322 personas residentes en el Cantón Manta, esta consulta se realizó para saber la opinión de las personas acerca de la aceptabilidad de una nueva planta productora y comercializadora de muebles de cocina.

Se utilizó un formulario de guía a fin de obtener información precisa para el efecto, en dicho formulario existen preguntas cerradas las cuales nos ayudarán a la obtención y tabulación de datos de una manera más rápida y confiable.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

El objetivo de esta encuesta es para determinar la demanda existente de los muebles de cocina en la Ciudad de Manta. Por lo tanto, pedimos su colaboración y las respuestas a las interrogantes planteadas.

INSTRUCCIONES GENERALES:

13. Esta encuesta de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
14. Trate de contestar todas las preguntas.
15. Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta.
16. Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación.

Sexo: Masculino ☐ Femenino ☐

e) ¿Cuenta Usted con casa propia?

SI ☐ NO ☐

f) ¿Estaría dispuesto a remodelar su cocina?

SÍ ☐ NO ☐

g) Para la remodelación de su cocina ¿Qué le gustaría?

Comprar anaqueles ☐ Mandarlos hacer a la medida ☐

h) ¿En qué material le gustaría que estén elaborados los muebles de cocina?

MDF	<input type="checkbox"/>	Melamínico	<input type="checkbox"/>
Madera maciza	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>

i) ¿Usted conoce si en la Ciudad de Manta, existen empresas productoras y comercializadoras de muebles de cocina?

Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

j) ¿Estaría dispuesto a adquirir muebles de cocina en una nueva empresa productora y comercializadora de estos bienes?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
Tal vez	<input type="checkbox"/>

¿Por qué?

.....

k) ¿Para la remodelación de su cocina cuanto estaría dispuesto a invertir?

De 50 a 150	<input type="checkbox"/>	De 150 a 300	<input type="checkbox"/>
De 300 a 700	<input type="checkbox"/>	De 700 a 1000	<input type="checkbox"/>
De 1000 a 2000	<input type="checkbox"/>	Más de 2000	<input type="checkbox"/>

l) ¿Al adquirir los bienes como le gustaría realizar su pago?

Efectivo	<input type="checkbox"/>	Tarjeta de Crédito	<input type="checkbox"/>	Crédito directo/Cuotas	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------

m) ¿Cuándo Usted concurre a una empresa a que le da mayor importancia?

Servicio ☐

Precio ☐

Calidad ☐

Personal ☐

Otros ☐

Especifique:.....

n) ¿Qué medios le gustaría que se utilicen para promocionar los bienes que produce nuestra empresa?

Afiches ☐

Periódicos ☐

Radio ☐

Gigantografías ☐

Tv regional ☐

Volantes ☐

Páginas Web ☐

Otros ☐

Especifique:.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN, QUE TENGA UN BUEN DÍA

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

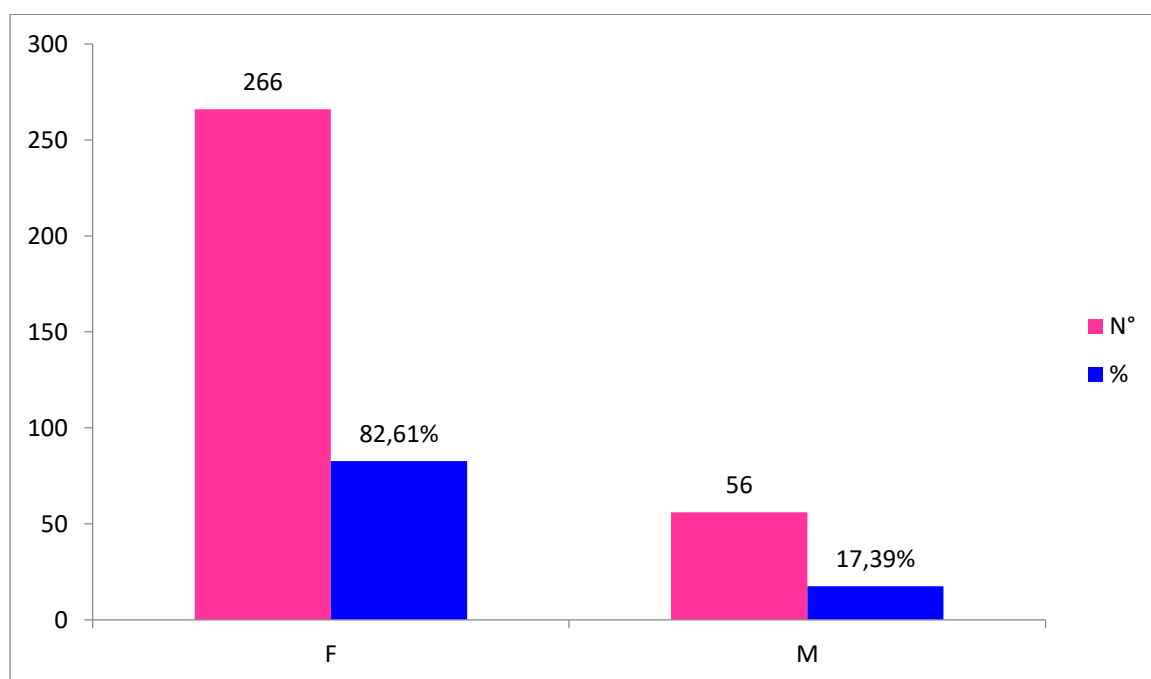
Genero de los encuestados

Cuadro 32: Encuesta 3. Genero de los encuestados

Género	N°	%
F	266	82,61
M	56	17,39
Total	322	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 26: Encuesta 3. Genero de los encuestados



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis

Del total de las personas encuestadas 266 fueron mujeres y 56 fueron hombres por lo tanto el género que esta propenso adquirir los bienes es el femenino

Pregunta 1

¿Cuenta Usted con casa propia?

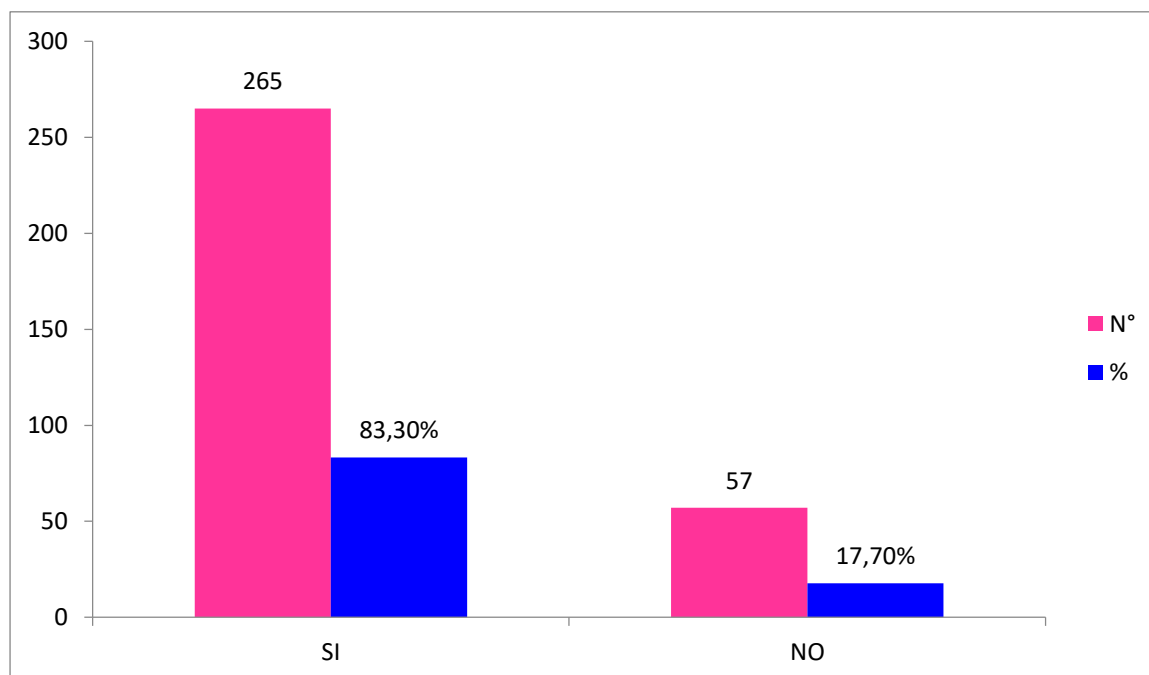
Cuadro 33: Encuesta 3. Casa propia

Casa Propia	N°	%
SI	265	82,30
NO	57	17,70
Total	322	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Gráfico 27: Encuesta 3. Casa propia



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Análisis

De las 322 personas encuestadas en la Ciudad de Manta 265 personas aseguraron tener casa propia esto en porcentaje es el 83,30%, mientras que 57 personas dijeron no tener casa propia y esto es equivalente al 17,70%.

Pregunta 2

¿Estaría dispuesto a remodelar su cocina?

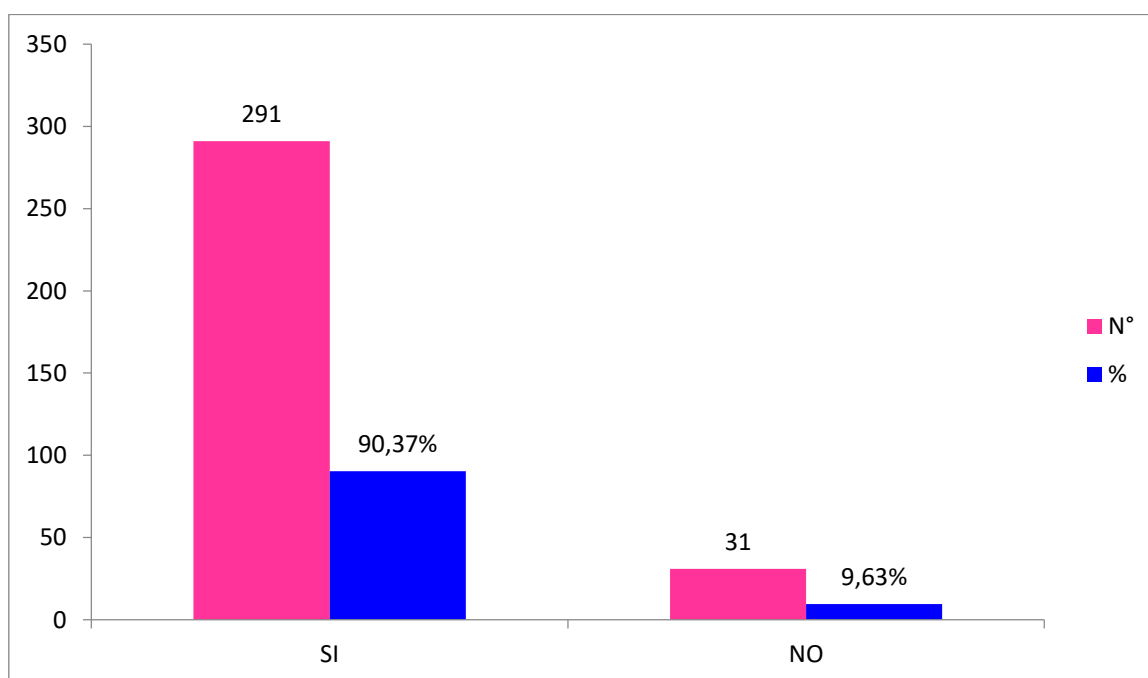
Cuadro 34: Encuesta 3. Dispuesto a remodelar

Remodelar	N°	%
SI	291	90,37
NO	31	9,63
Total	322	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Gráfico 28: Encuesta 3. Dispuesto a remodelar



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Análisis

El 90,37% de las personas encuestadas respondieron que si estarían dispuestos a remodelar sus cocinas, mientras que el 9,63% dijo que no. El porcentaje es muy alto pero es favorable para el presente estudio.

Pregunta 3

Para la remodelación de su cocina ¿Qué le gustaría?

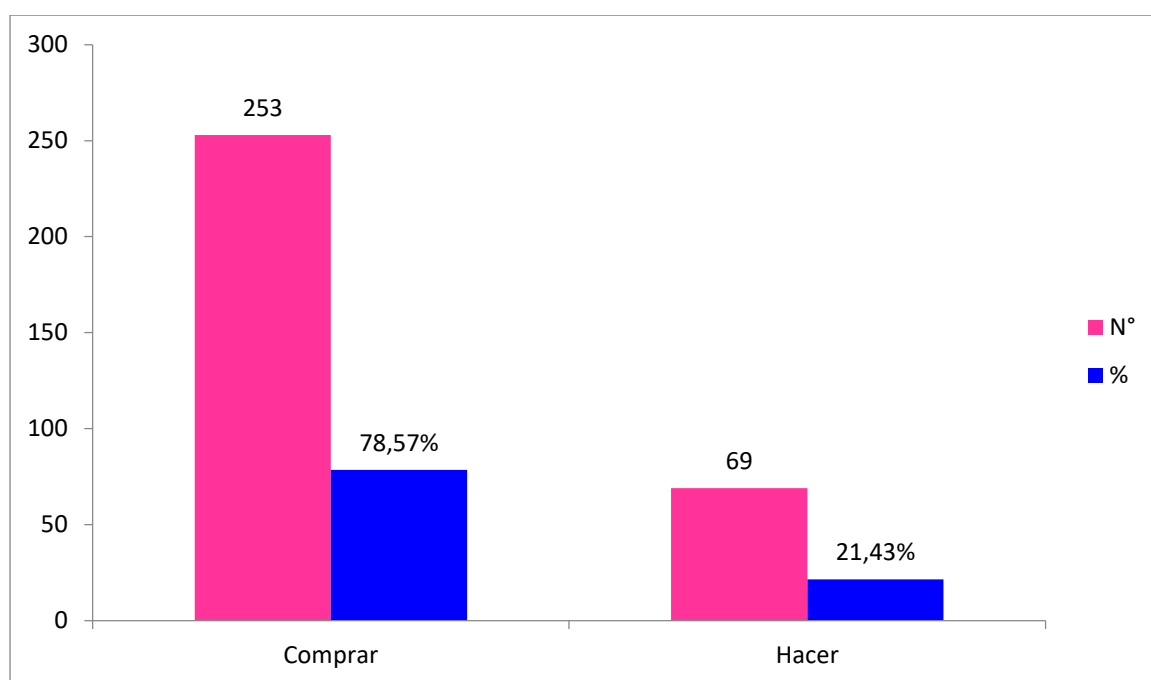
Cuadro 35: Encuesta 3. Gustos para la remodelación

Remodelación	N°	%
Comprar	253	78,57
Hacer	69	21,43
Total	322	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Gráfico 29: Encuesta 3. Gustos para la remodelación



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 78,57% prefieren comprar los muebles de cocina mientras que el 21,43% prefieren mandarlos hacer a la medida y de acuerdo a sus gustos y preferencias..

Pregunta 4

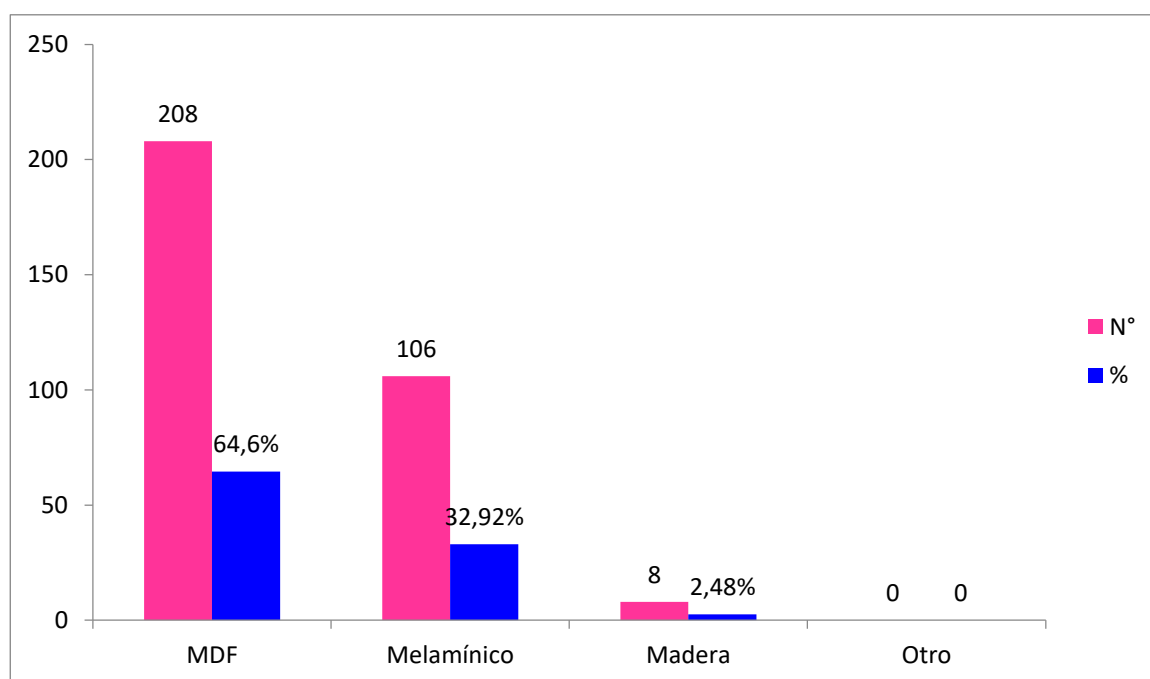
¿En qué material le gustaría que estén elaborados los muebles de cocina?

Cuadro 36: Encuesta 3. Material

Material	N°	%
MDF	208	64,60
Melamínico	106	32,92
Madera	8	2,48
Otro	0	0,00
Total	322	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 30: Encuesta 3. Material



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis

El 74% de las personas prefieren que el material para los muebles de cocina sean hechos de MDF seguido por el 32,92% en Melamínico, estos porcentajes nos dan una pauta de que es lo que el mercado necesita.

Pregunta 5

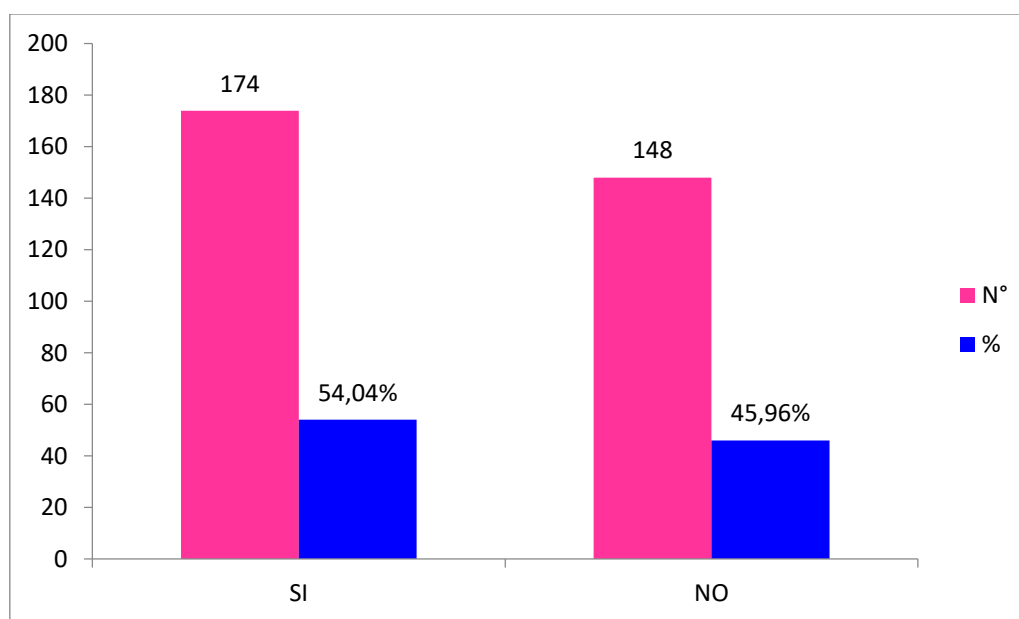
¿Usted conoce si en la ciudad de Manta, existen empresas productoras y comercializadoras de muebles de cocina?

Cuadro 37: Encuesta 3. Comercializadoras

Comercializadora	N°	%
SI	174	54,04
NO	148	45,96
Total	322	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 31: Encuesta 3. Comercializadoras



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis

El 54,04% de las personas conocen la existencia de empresas productoras y comercializadoras de muebles de cocina mientras que el 45,96% desconoce la existencia de estas empresas, lo que supieron mencionar es que solo conocen almacenes que comercialicen estos bienes pero no que los fabriquen.

Pregunta 6

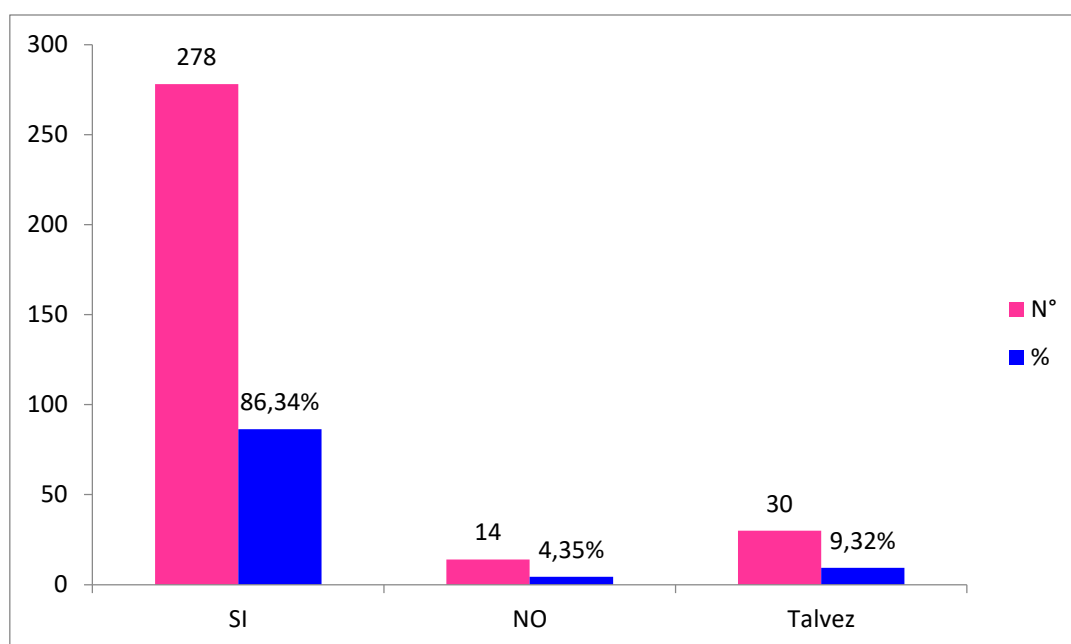
¿Estaría dispuesto a adquirir muebles de cocina en una nueva empresa productora y comercializadora de estos bienes?

Cuadro 38: Encuesta 3. Adquirir muebles

Adquirir	N°	%
SI	278	86,34
NO	14	4,35
Talvez	30	9,32
Total	322	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 32: Encuesta 3. Adquirir muebles



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

La mayoría de las personas están dispuestas a adquirir muebles de cocina en una empresa nueva, tan solo el 4,35% no estuvo de acuerdo.

Pregunta 7

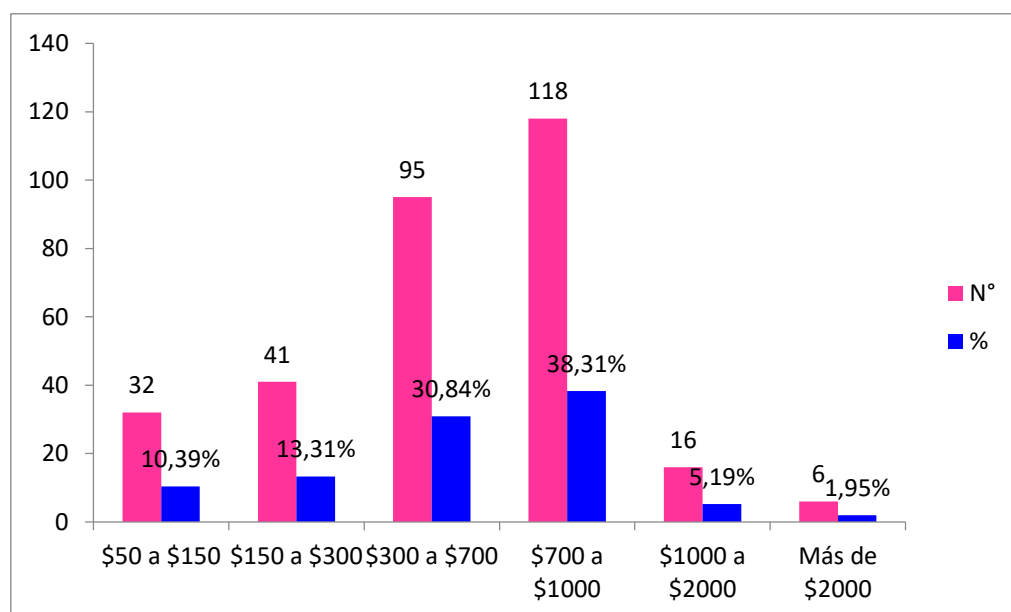
¿Para la remodelación de su cocina cuánto estaría dispuesto a invertir?

Cuadro 39: Encuesta 3. Invertir

Invertir	N°	%
De \$50 a \$150	32	10,39
De \$150 a \$300	41	13,31
De \$300 a \$700	95	30,84
De \$700 a \$1000	118	38,31
De \$1000 a \$2000	16	5,19
Más de \$2000	6	1,95
Total	308	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 33: Encuesta 3. Invertir



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

Según las encuestas realizadas las personas prefieren invertir en el rango de \$ 700 a \$1000 dólares, mientras que solo el 1,95% estarían dispuestas a invertir mas de \$2000 dólares en la remodelacion de su cocina.

Pregunta 8

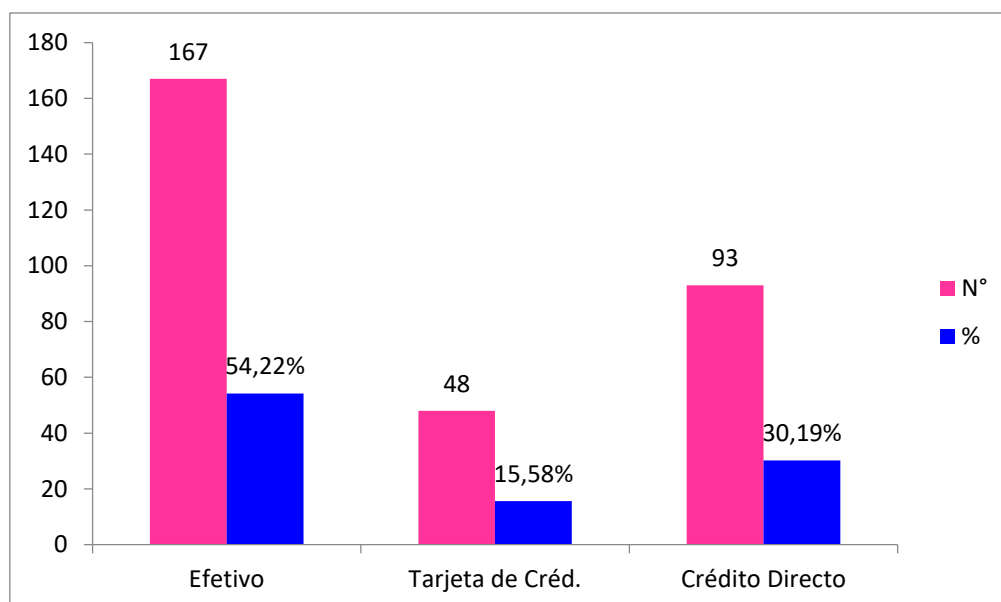
¿Al adquirir los bienes como le gustaría realizar su pago?

Cuadro 40: Encuesta 3. Forma de pago

Pago	N°	%
Efetivo	167	54,22
Tarjeta de Créd.	48	15,58
Crédito Directo	93	30,19
Total	308	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 34: Encuesta 3. Forma de Pago



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

El 54,22% de los encuestados prefieren realizar sus pagos en efectivo, el 30,19% mediante cuotas o crédito directo y el 15,58% por medio de su tarjeta de crédito.

Pregunta 9

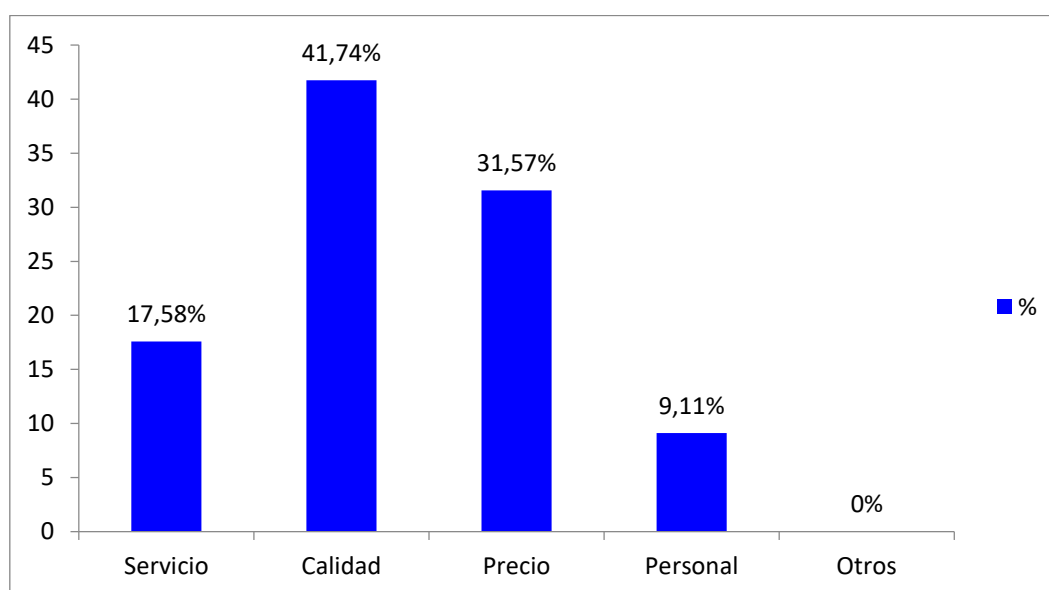
¿Cuándo Usted concurre a una empresa a que le da mayor importancia?

Cuadro 41: Encuesta 3. Factores importantes

Factores	N°	%
Servicio	83	17,58
Calidad	197	41,74
Precio	149	31,57
Personal	43	9,11
Otros	0	0,00
Total	472	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 35: Encuesta 3. Factores importantes



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

De las personas encuestadas el 41,74% se fija en la calidad del producto al momento de adquirirlo, el 31,57% en el precio de los bienes, el 17,58% en el servicio que la empresa brinde a sus clientes y el 9,11% en el personal que labore en la empresa.

Pregunta 10

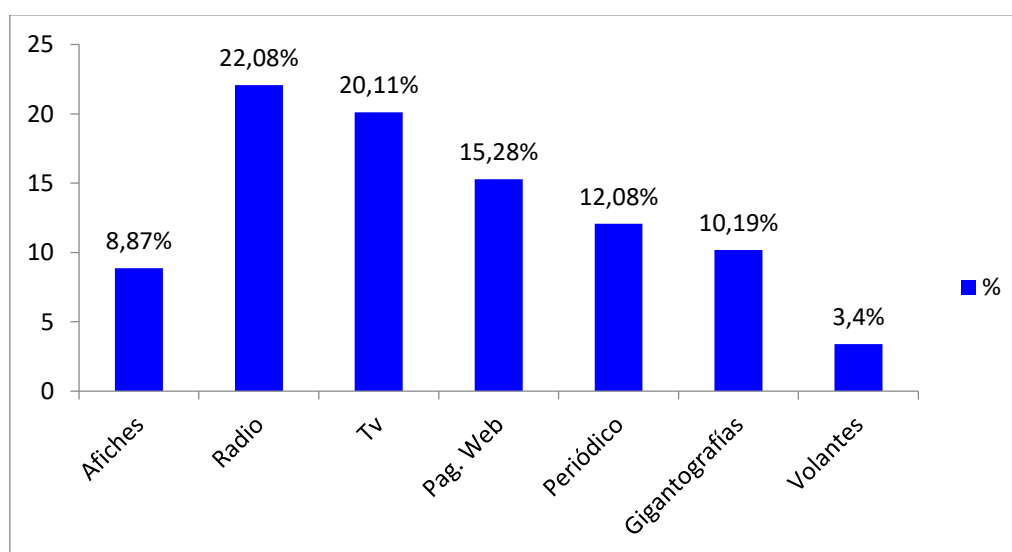
¿Qué medios le gustaría que se utilicen para promocionar los bienes que produce nuestra empresa?

Cuadro 42: Encuesta 3. Publicidad

Publicidad	N°	%
Afiches	47	8,87
Radio	117	22,08
Tv	149	28,11
Pag. Web	81	15,28
Periódico	64	12,08
Gigantografías	54	10,19
Volantes	18	3,40
Total	530	100

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Gráfico 36: Encuesta 3. Publicidad



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

Análisis:

Las personas encuestadas prefieren que el medio que se utilice para la publicidad de la empresa sea la radio y la TV Regional ya que son estos medios los más comunes y los que están a disponibilidad de toda la ciudadanía.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Preferencias del Consumidor

(BACA Urbina, 2009) “Los consumidores son aquellas personas físicas que satisfacen sus necesidades, adquiriendo bienes y/o servicios de los cuales carecen.”

En el desarrollo del proyecto se puede considerar como consumidor final a la persona que adquirirá los muebles de cocina para su hogar.

El consumidor según la investigación realizada tiene preferencia a adquirir muebles de cocina de tableros de MDF Y Melamínico, ya que son materiales con costos bajos y que cubren la necesidad de fabricación de estos muebles, además su tiempo de fabricación es corto en relación a otros materiales similares, también cabe resaltar que prefieren comprar los muebles y no mandarlos hacer.

Demanda Actual

(BACA Urbina, 2010) “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”

La demanda es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o un servicio.

Para la realización del proyecto se trabajará con datos obtenidos por el Instituto Nacional Ecuatoriano de Censo (INEC) y por la información que consta en el Plan de Ordenamiento Territorial (PDyOT).

En la medida que el Cantón de Manta se va desarrollando su economía mediante la Refinería del Pacífico, el Puerto de Aguas Profundas y el Aeropuerto Intercontinental, la atención de las necesidades primarias, como la vivienda pasan a ser hechos predominantes en la población, que busca entre otras cosas mayor comodidad y confort.

Para el análisis de la demanda en este proyecto hemos identificado a la Población Económicamente Activa (PEA) buscan al adquirir un bien no solamente de calidad sino también que sea de bajos costos para que de esta manera pueda ser accesible a todas las clases sociales., una vez analizados los datos de las encuestas y otras fuentes de información, se ha determinado la demanda actual en la Ciudad de Manta.

Cuadro 43: Demanda Actual

PEA	Total
	108.111
Porcentaje	86,34%
Demanda	93.343

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta
Realizado por: La Autora

4.1.5 DEMANDA INSATISFECHA

(BACA Urbina, 2010) “Se llama demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.

En el siguiente cuadro se puede apreciar una demanda actual de 93343 muebles de cocina; para establecer la demanda insatisfecha, relacionamos con la oferta actual que es de 27088 muebles de cocina, ante esta relación, entre la demanda y la oferta tenemos una demanda insatisfecha de 66255 de muebles de cocina.

Cuadro 44: Demanda Insatisfecha

Demanda	93343
Oferta	27088
Demanda Insatisfecha	66255

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

En función a la demanda objetiva que es de 11126 se realiza la siguiente distribución en la cantidad a producirse por cada producto:

Cuadro 45: Demanda objetiva

Demanda Insatisfecha	66255
Demanda Objetiva 10,86%	7195

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores del Cantón Manta

Realizado por: La Autora

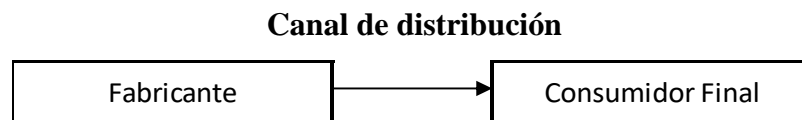
4.1.6 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

(BACA Urbina, 2010) “Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor o fabricante a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intermediario de información.”

El producto siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista.” El conocimiento de los mecanismos de distribución ayuda a precisar las especificaciones del producto y conocer las preferencias de los consumidores. El alcance está basado en el incremento de la población que está ligada con el incremento habitacional.

El canal de distribución, en nuestro caso va a ser el canal directo ya que se contará con un local de exhibición el cual ayudará a captar clientes, a exhibir los diseños que la empresa fabricará, así como presentar los colores y tendencias que existe en el

mercado actual. El producto va a estar dirigido como usuario final al dueño de casa. La ventaja de hacer uso de este tipo de canal es que nos ayuda a tener un mayor control sobre nuestro producto, sobre su venta, su entrega final, y facilitar al cliente el realizar algún cambio dentro de la estructura o detalles del mueble de cocina.



Estrategias de distribución

Las estrategias utilizadas en la distribución son:

- ❖ Establecer un canal de distribución adecuándolo a los patrones de consumo del mercado objetivo, el lugar principal de distribución será en el almacén en donde se exhibirán los muebles
- ❖ Consolidar la fuerza de ventas propia, que se realizará mediante la contratación y capacitación de personal que realice la gestión de ventas.
- ❖ Contar con un salón de exhibición local propio de la microempresa que permita entregar directamente el producto al cliente, controlar la distribución, los precios y ofrecer servicio post venta.

4.1.7. MARKETING

Estrategias del producto

Los muebles de cocina a ofertarse estarán trabajados con materia prima de calidad y con maquinaria adecuada para de esta manera cumplir con los estándares de calidad que requiere el mercado, a su vez la empresa ofrece el servicio de entrega a domicilio de los muebles para que así no existan contratiempos y que los muebles al momento de ser instalados se encuentren en perfectas condiciones.

Estrategias del precio

Para determinar el precio se analizó los costos de producción, el margen de utilidad y la competencia. Con estos resultados se pudo determinar que el precio para el producto 1 es de \$120,00 y para el producto 2 es de \$100,00.

Estrategias de promoción

Como ya lo determino el estudio de mercado los medios de comunicación por los cuales las personas prefieren es la Tv Regional y las radioemisoras ya que son los medios más fáciles de acceder por el mercado meta.

Estrategias de distribución

En la venta de muebles es necesario contar con un factor importante que es la entrega a domicilio, en donde el cliente ya no se va a preocupar por el transporte que para llevar los muebles a su destino, la empresa es la encargada de trasladar los muebles. Así de esta manera el cliente se sentirá más seguro de la compra. Como la empresa productora y comercializadora de muebles para el hogar también distribuirá a intermediarios de igual manera contará con la distribución a los distintos puntos de venta de los mismos.

4.2. Estudio Técnico

El Estudio Técnico de un proyecto comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y la operatividad del mismo, es decir, que en este estudio se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea.

Por ello el Estudio Técnico constituye “una herramienta para que la persona que realiza su estudio tenga una idea de donde puede ejecutarlo, cuál sería su inversión y su rentabilidad, que tiempo le tomará desarrollar el estudio, y de igual forma cómo y con qué podrá desarrollarlo” (CANELOS Ramiro, 2003)

(BACA Gabriel, 2006) El Estudio Técnico tiene como objetivo fundamental demostrar la viabilidad técnica del proyecto, además mostrar y justificar cuál es la alternativa técnica que mejor se ajusta a ciertos criterios de optimización que corresponde aplicar un proyecto.

El Estudio Técnico se realiza para determinar diferentes aspectos tales como: la localización del proyecto, el tamaño del proyecto y la capacidad del proyecto.

4.2.1. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño de la planta productora y comercializadora de muebles de cocina se consideró diferentes variables tales como: la demanda actual y la demanda futura, los suministros e insumos a utilizar, la maquinaria y equipos requeridos para el perfecto funcionamiento de la planta, el financiamiento y por último el personal necesario para poder realizar las actividades de la empresa.

4.2.1.1. La demanda

La demanda es una de las variables más importantes para poder determinar el tamaño de la planta, ya que se debe tomar en cuenta que la cantidad de la demanda debe ser superior al tamaño de la planta.

El porcentaje que la planta productora y comercializadora de muebles de cocina cubrirá será del 30% de la demanda.

4.2.1.2 Los suministros e insumos

Los suministros e insumos a utilizarse en la planta de producción y comercialización de muebles de cocina es una variable indispensable, ya que de estos depende la calidad del bien a ofertar, como medida de prevención se tendrán estos materiales en stock para de esta manera poder entregar un producto oportuno.

Los suministros e insumos se los puede considerarse como Materiales indirectos ya que están involucrados en la producción del bien, pero no de forma directa. El siguiente cuadro muestra los suministros a utilizarse, cantidad y precios estimados en el consumo mensual.

Cuadro 46: Suministros e insumos

SUMINISTROS E INSUMOS	UNIDAD	CANT. - MES	V/U	V/T
Grapas	Cajas	5	4,50	22,50
Metros de lija	Mts	10	3,00	30,00
Metros de cartón	Mts	2	1,25	2,50
Pegamento blanco	Lts	5	4,60	23,00
Papel para empacar	Mts	1000		17,00
Cemento de contacto	Lts	1	15,05	15,05
Suministros de oficina	Unid.	10	3,00	30,00
Lubricantes para la maquinaria y equipo	Unid.	10	20,00	200,00
TOTAL			51,40	340,05

Fuente: Estudio técnico

Realizado por: La Autora

4.2.1.3 La Maquinaria y equipos

La maquinaria y los equipos son de vital importancia para la producción de los bienes, es por eso que se pretende tener la maquinaria y los equipos necesarios y modernos para la producción de bienes de alta calidad.

Se denomina “equipo” a la serie de recursos con que cuenta la empresa para desarrollar de mejor manera cada proceso de trabajo y que a la vez facilite el trabajo de las personas.

En el área administrativa y de ventas se contara con los siguientes equipos:

Cuadro 47: Equipo Área Administrativa y ventas

PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUEBLES DE COCINA			
INVERSIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA Y VENTAS			
Cant.	Detalle	V/U	V/T
	Equipo de computo		2240,00
1	Scanner	30,00	30,00
1	Portatil	650,00	650,00
2	Impresoras	180,00	360,00
2	Computadoras	600,00	1200,00
	Equipo de oficina		210,00
2	Telefonos	15,00	30,00
6	Archivadores	30,00	180,00
	Muebles y enseres		1400,00
6	Sillas	90,00	540,00
2	Escritorios	250,00	500,00
2	Modulares altos	180,00	360,00
	Total		3850,00

Fuente: Estudio técnico

Realizado por: La Autora

La máquina y equipo de planta son aparatos creados para aprovechar, regular o dirigir las acciones de una fuerza. Estos dispositivos pueden recibir cierta forma de energía y transformarla en otra para generar un determinado efecto.

Dentro de la planta de producción de muebles de cocina se utilizara la siguiente maquinaria y equipo de planta:

Cuadro 48: Maquinaria y Equipo

PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUEBLES DE COCINA			
INVERSIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE PLANTA			
Cant.	Detalle	V/U	V/T
1	Caladora	150,00	150,00
1	Sierra circular	220,00	220,00
1	taladros portátiles	110,00	110,00
1	Compresor	160,00	160,00
2	Destornilladores neumáticos	100,00	200,00
1	Lijadora Orbital	55,00	55,00
1	Máquina Tupi	450,00	450,00
1	Ingleadora	400,00	400,00
1	Pulidoras	80,00	80,00
2	Extintores	100,00	200,00
1	Transformador	2000,00	2000,00
1	Herramientas de mano	650,00	650,00
	Total maquinaria y equipo		4675,00

Fuente: Estudio técnico

Realizado por: La Autora

Caladora

Consiste en una sierra utilizada para realizar diferentes piezas de distinto grosor y formas, no es una máquina peligrosa pero debe ser utilizada con precaución pues carece de protectores.

Figura 10: Caladora



Fuente: www.compraherramientas.com.ar

Sierra circular portátil

Es una herramienta portátil diseñada para realizar cortes longitudinales o transversales en tablones, tableros, su sierra no permite que el tablero quede con astillas o lastimado.

Figura 11: Sierra circular portátil



Fuente: www.comprarherramientas.com.ar

Taladros portátiles

Es una máquina liviana, fácil de utilizar la cual consta de un puño donde está instalado un motor más o menos potente, y un mandril para sujetar la broca, así como adaptadores para utilizarlos como atornilladores, el cual ayudará a la instalación y fabricación de los muebles de cocina, ya que por su material a utilizarse se requerirá ser ensamblado con tornillos.

Figura 12: Taladros portátiles



Fuente: www.comprarherramientas.com.ar

Compresor

Los compresores constan de las siguientes partes: entrada de aire, filtro de aspiración, bloque compresor (pistones), refrigerador final, motor eléctrico, cuadro de maniobra, salida de aire comprimido; sirve para el proceso de lacado del mueble de cocina .

Figura 13: Compresor



Fuente: www.comprarherramientas.com.ar

Destornilladores Neumáticos

Son atornilladores o destornilladores según el sentido de la rotación variable, están provistos de un mandril en su parte inferior que permite colocar cualquier tipo de tornillo, nos ayudará en el proceso de ensamblaje del mueble de cocina, ya que para el mismo se utiliza tornillos.

Figura 14: Destornilladores Neumáticos



Fuente: www.comprarherramientas.com.ar

Lijadora Orbital

Máquina eléctrica de lijar con una base plana en la que se coloca el papel de lija, que se desplaza ligeramente en todas las direcciones y permite lijar los tableros de MDF de manera más rápida

Figura 15: Lijadora Orbital



Fuente: www.comprarherramientas.com.ar

Ingletadora

Máquina que permite realizar cortes de diferentes ángulos, de acuerdo a las medidas deseadas.

Figura 16: Ingletadora



Fuente: www.comprartherramientas.com.ar

Herramientas de mano

Las herramientas de mano son las que no requieren ninguna conexión eléctrica, en otras palabras, uno tiene que realizar todo el trabajo.

Figura 17: Herramientas de mano



Fuente: www.comprartherramientas.com.ar

Escuadra: Instrumento para comprobar ángulos rectos.

Metro: Instrumento que permite medir la longitud de los tableros.

Brocas: Se pueden emplear tanto para madera, como para hierro, sirve para realizar orificios.

Martillos: Es el típico martillo de orejas o de cabeza estipulada transversal y curvada, con el que se pueden clavar clavos y sacarlos.

Destornilladores: Instrumentos de hoja recta y de hoja terminada en forma de estrella cónica con mango de madera con refuerzo metálico en el extremo q facilita la extracción de tornillos atascados.

Cepillo de carpintero: Instrumento de acero, de base plana de la que sobresale una hoja inclinada, se utiliza para aplanar la madera.

4.2.1.4 El financiamiento

El financiamiento es una de los factores imprescindibles para la puesta en marcha del presente proyecto es por tal razón que se cuenta con el financiamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” en un 40% del capital requerido y la diferencia se la tiene como capital propio.

Cuadro 49: Financiamiento

Fuentes	Inversion	%
Capital Prop	153072,03	60%
Credito	102048,02	40%
Total	255120,05	100%

Fuente: Estudio técnico

Realizado por: La Autora

4.2.1.5 El personal

El ser humano dentro de la planta de producción y comercialización de los muebles de cocina es el recurso más importante para la empresa, por una parte se contará con los operadores que se los considera como mano de obra directa ya que estos intervienen directamente en el proceso de la transformación de la materia prima y por otro lado se cuenta con el personal del área administrativa y de ventas que son las encargadas de coordinar y controlar la organización y la logística de la planta.

Es por tal razón que cada trabajador será debidamente capacitado para cumplir con las funciones designadas.

La planta productora y comercializadora de muebles de cocina contara con un total de 10 trabajadores, en la siguiente tabla se observara el número de personas y el cargo que ocupara dentro de la planta.

Cuadro 50: Nomina del personal

CARGO	No. De trbajadores
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	
Gerente General	1
Contador	1
DEPARTAMENTO DE VENTAS	
Vendedores	1
DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN	
Jefe de Producción	1
Operadores	4
Bodeguero	1
Guardia	1
TOTAL DE TRABAJADORES	10

Fuente: Estudio técnico

Realizado por: La Autora

4.2.2. Localización del Proyecto

La adecuada localización de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre un alto porcentaje de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo.

Es importante analizar la localización del proyecto ya que depende mucho que este sea factible o no, minimizando los costos y llegando a los posibles clientes, etc.

Criterios de Selección de Alternativas

Factores que se deben considerar para la producción:

- ❖ Cercanía de proveedores
- ❖ Condiciones de la planta
- ❖ Condiciones del área
- ❖ Posibilidad de eliminación de desechos

Para determinar la localización se analizará tres alternativas para elegir la ubicación más óptima:

Ubicación 1: Santa Marianita

Ubicación 2: Los Esteros

Ubicación 3: Sector del redondel El colorado

Existen cuatro criterios fundamentales para poder elegir la ubicación exacta:

Matriz criterios de selección			
Criterios de Selección	Descripción	Peso	Calificación
Cercanía de proveedores	Tiempo que se demora en llegar a donde los proveedores	0.30	Entre 15 a 30 min = 5 puntos Entre 31 a 45 min = 3 puntos Entre 46 a 60 min = 1 punto
Condiciones de la planta	Tamaño adecuado para construir la infraestructura para el taller	0.20	Entre 300m ² a 400m ² = 5 puntos Entre 401m ² a 500m ² = 3 puntos Más de 400m ² = 1 punto
Condiciones del área	Que el lugar no este en pleno centro de la ciudad	0.30	Condiciones optimas = 5 puntos Condiciones Normales = 3 puntos Condiciones Básicas = 1 punto
Posibilidad de eliminación de desechos	Cercanía para eliminar los desechos	0.20	Entre 15 a 30 min = 5 puntos Entre 31 a 45 min = 3 puntos Entre 46 a 60 min = 1 punto

Fuente: Estudio técnico

Realizado por: La Autora

Factores que se deben considerar para la comercialización:

- ❖ Cercanía al mercado
- ❖ Seguridad
- ❖ Área

Para determinar la localización se analizará tres alternativas para elegir la ubicación más óptima:

- ❖ **Ubicación 1:** Av. 4 de Noviembre
- ❖ **Ubicación 2:** Tarqui

❖ **Ubicación 3: Manta**

Matriz criterios de selección			
Criterios de Selección	Descripción	Peso	Calificación
Cercanía al mercado	Mayor número de clientes potenciales	0.50	Entre 15 a 30 min = 5 puntos Entre 31 a 45 min = 3 puntos Entre 46 a 60 min = 1 punto
Seguridad	Que exista parqueadero para los clientes	0.25	Condiciones optimas = 5 puntos Condiciones Normales = 3 puntos Condiciones Básicas = 1 punto
Área costo de arriendo	Tamaño adecuado local 200m ²	0.25	De \$0 a \$400 = 5 puntos De \$401 a \$800 = 3 puntos Más de \$800 = 1 punto

Fuente: Estudio técnico

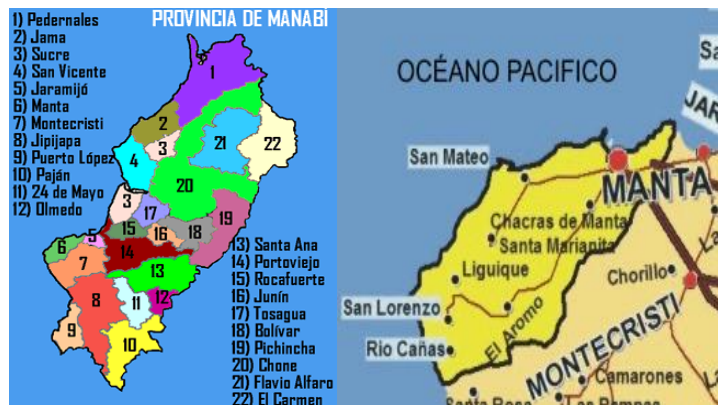
Realizado por: La Autora

4.2.2.1 Macro Localización

“Su estudio consiste en definir la zona región, provincia, área geográfica en la que se debería localizar la unidad de producción tratando de disminuir los costos totales de transporte.” (Lincoln Chavez, 2009)

La Macro localización de la planta es en la Provincia de Manabí, en la Ciudad de Manta, al ser una ciudad turística existe un gran número de personas de nivel socioeconómico nivel A y nivel B por lo cual puede haber un mayor número de personas que adquieran los muebles de cocina, para esto se debe tener en cuenta todos los aspectos necesarios que se requieren para la implementación de la misma.

Figura 18: Macro Localización



Fuente: www.calipto.com/fotos/mapa-ecuador.gif

4.2.2.2 Micro Localización

“Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizará y operara el proyecto dentro de la macro zona.” (Rivera Alma, 2012).

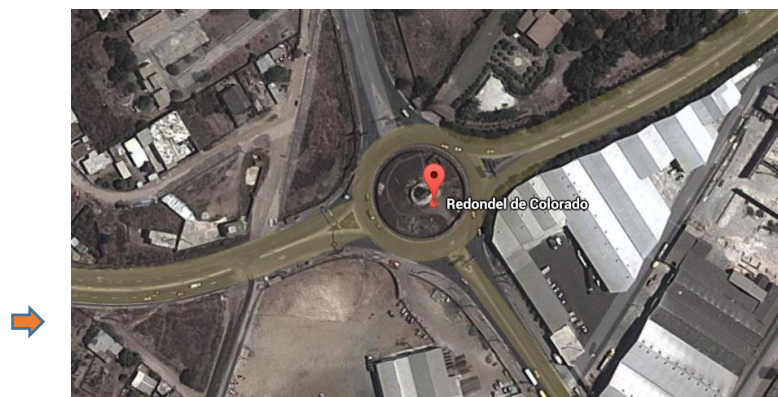
Es muy importante que para determinar la micro localización del proyecto, se tome en cuenta varios factores como: la existencia de vías de comunicación, servicios públicos, el mercado, fuentes de abastecimiento de materia prima, medios de comunicación, transporte, entre otros.

Es por eso que se toma 3 criterios indispensables para tener la micro localización tanto de la planta productora como de la oficina.

Matriz de microlocalización de Producción							
Factor Relevante	Peso	Santa Marianita		Los esteros		El Colorado	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Cercanía de proveedores	0.30	3	0,9	3	0,9	5	1,5
Condiciones de la planta	0.20	3	0,6	5	1	5	1,5
Condiciones del área	0.30	3	0,9	3	0,9	5	1,5
Posibilidad de eliminación de desechos	0.20	5	1	5	1	3	0,6
			3,4				5,1

De acuerdo a los resultados de la matriz se obtuvo que la mejor alternativa para la microlocalización de la producción es: la tercera alternativa El Colorado con un 5.1 siendo la calificación más alta.

Figura 19: Micro localización de producción



Fuente: www.googlemaps.com

Matriz de microlocalización de Producción							
Factor Relevante	Peso	Av. 4 de Noviembre		Tarqui		Manta	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Cercanía al mercado	0,5	5	2,5	5	2,5	3	1,5
Seguridad	0,25	3	0,75	3	0,75	1	0,25
Área costo de arriendo	0,25	5	2,5	1	0,25	3	0,75
			5,75				2,5

La mejor alternativa para la comercialización de muebles de cocina estará ubicado en la zona céntrica de la Ciudad de Manta entre la Av. 4 de Noviembre y la Av. 113 ya que cuenta con un terreno propio para las oficinas y exhibición de los bienes.

Figura 20: Micro localización de comercialización



Fuente: www.googlemaps.com

4.2.3. CAPACIDAD DEL PROYECTO

4.2.3.1 CAPACIDAD DISEÑADA

Corresponde al máximo nivel posible de producción con el que son diseñados los equipos. Generalmente una empresa no debe trabajar al máximo su capacidad diseñada, por cuanto es difícil lograr unificar la capacidad de todas las máquinas que intervienen en el proceso de producción. Algunas tendrán una mayor capacidad de aporte al proceso productivo que otras. (LUDWING, 2010).

La capacidad plena del proyecto se define por la capacidad máxima de los recursos físicos y recursos humanos que se tendrían en la planta de producción, por ende la capacidad diseñada de la planta sería elaborar un mueble de cocina en 180 minutos contando con 3 turnos al día para de esta manera aprovechar al máximo.

TIEMPO DE PRODUCCIÓN	
3 Turnos	24 Horas
24 Horas * 60 Minutos	1440 Minutos Día
CAPACIDAD TOTAL DISEÑADA	
1440 Minutos / 24 m - 12 trabajadores	60 Muebles Día
60 Muebles Día x 5 Días	300 Muebles - Semana
300 Muebles - Semana * 4 Semanas	1200 Muebles - Mes
1200 Muebles - Mes * 12 Meses	14400 Muebles - Año

Fuente: Estudio técnico

Realizado por: La Autora

Teniendo en cuenta, que la capacidad total diseñada es de 23040 muebles al año mientras que la demanda objetiva es de 11126 Muebles al año, eso quiere decir que el proyecto tendrá una capacidad total diseñada capaz de cubrir el doble de la demanda objetiva.

4.2.3.2 CAPACIDAD INSTALADA

Corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanentemente de la empresa. Aquí ya se ha hecho un proceso de armonización de todos los equipos y se llega a una conclusión final sobre la cantidad máxima que se puede producir por un turno de trabajo, estimado generalmente en ocho horas. (LUDWING, 2010).

La planta cuenta con una capacidad instalada para la producción de los bienes que se ha determinado en base al comportamiento del mercado es por eso que se ha considerado 2 turnos al día tomando un tiempo de 180 minutos por mueble.

TIEMPO DE PRODUCCIÓN	
2 Turnos	16 Horas
16 Horas * 60 Minutos	960 Minutos Día
CAPACIDAD TOTAL INSTALADA	
960 Minutos / 24 M - 8 trabajadores	40 Muebles Día
40 Muebles Día x 5 Días	200 Muebles - Semana
200 Muebles - Semana * 4 Semanas	800 Muebles - Mes
800 Muebles - Mes * 12 Meses	9600 Muebles - Año

Fuente: Estudio técnico

Realizado por: La Autora

Teniendo en cuenta, que la capacidad total instalada es de 17280 muebles al año mientras que la demanda objetiva es de 11126 Muebles al año, eso quiere decir que el proyecto tendrá una capacidad total instalada capaz de cubrir el total de la demanda objetiva.

4.2.3.3 CAPACIDAD UTILIZADA

Es la fracción de la capacidad instalada que se utiliza y se mide en porcentaje se es aconsejable que las empresas no trabajen con un porcentaje de capacidad instalada superior al 90% porque en condiciones normales, no podrá atender pedidos extraordinarios y si los hace puede verse alterado significativamente se estructura de costos, especialmente por la participación de los costos fijos, salva que acuda al proceso de maquila, que es concentrar parte de producción con otras personas (LUDWING, 2010).

La capacidad utilizada de la planta está definida según la demanda del producto y de acuerdo a los objetivos planteados, por lo cual se tendrá un turno y medio para la producción de los bienes con el tiempo estimado de cada mueble en 180 minutos, no es aconsejable utilizar al máximo la capacidad instalada debido a que si existe alguna eventualidad o algún trabajo extraordinario estos pueden afectar a la producción normal de los bienes.

TIEMPO DE PRODUCCIÓN	
1 Turnos	8 Horas
8 Horas * 60 Minutos	480 Minutos Día
CAPACIDAD TOTAL UTILIZADA	
480 Minutos / 24 - M - 4 trabajadores	20 Muebles Día
20 Muebles Día x 5 Días	100 Muebles - Semana
100 Muebles - Semana * 4 Semanas	400 Muebles - Mes
960 Muebles - Mes * 12 Meses	4800 Muebles - Año

Fuente: Estudio técnico
Realizado por: La Autora

Teniendo en cuenta, que la capacidad total utilizada es de 11520 muebles al año mientras que la demanda objetiva es de 11126 Muebles al año, eso quiere decir que el proyecto tendrá una capacidad total utilizada capaz de cubrir el 100% de la demanda objetiva.

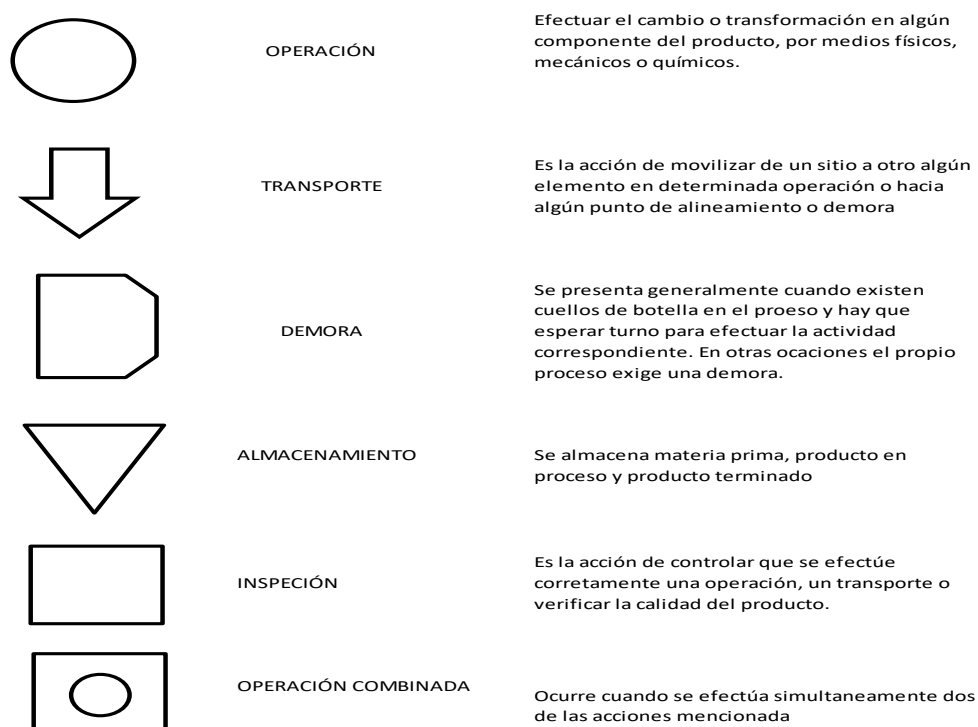
4.3. Ingeniería del proyecto

4.3.1 Diagrama de Flujo

“Los Diagramas del flujo de procesos representan el trabajo realizado para elaborar un producto y la secuencia como se ejecuta, además ayudan a que las personas comprendan y mejoren los procesos mediante la combinación, simplificación, reordenamiento y eliminación de las tareas”.

Los procesos descritos anteriormente convienen detallar la información mediante la utilización de una simbología para representar gráficamente la secuencia de los procesos.

Figura 21: Diagrama de procesos



Fuente: Baca Urbina, Evaluación de proyectos
Realizado por: La Autora

Proceso de Transformación.

Es aquel en el cual intervienen los materiales necesarios para la fabricación de los muebles de cocina, sufriendo algunas transformaciones, de acuerdo al proceso productivo, que la planta, considera, apropiado para obtener la calidad esperada del bien.

Descripción del proceso productivo

El cliente selecciona el mueble que más le guste por medio de revistas, fotos o modelos ya expuestos en el almacén.

☐ Adquisición de la Materia Prima

De acuerdo a la planificación establecida para la producción se adquirirá tableros MDF o Melaminicos y se los receptorá en la planta industrial; también se adquirirán otros productos complementarios como lijás, pintura, barniz, cola, clavos, tornillos, bisagras, etc, en la ferretería de la localidad.

☐ Control y Análisis de la Materia Prima

El encargado de la recepción de la materia prima, una vez que recepte procederá a revisar si cumple con las características de calidad, tamaño y demás datos técnicos, se determinará la clase de tableros y la altura de los mismos.

☐ Elaboración de muebles

Para la fabricación de los muebles implica varios procesos:

☐ Trazado:

El trazado sobre los tableros depende de la forma, tamaño y cantidad de las piezas que componen el producto; el trazado deberá ser realizado en forma tal que permita el mayor ahorro en el consumo de los tableros. Al ser los tableros, el componente más costoso del producto, un mal trazo implicaría un desperdicio del tablero y por ende, generaría mayores costos.

☐ Corte:

Esta etapa consiste en cortar los tableros previamente trazados en las partes que componen el producto que se fabricara

☐ Ensamble:

Consiste en la unión de todas las partes previamente cortadas para la elaboración de nuestro producto, una de las operaciones base en nuestro diagrama y que el producto empezará a tomar forma, además de adquirir un valor agregado por todo los procesos, mano de obra, materia prima y materiales que se han empleado.

☐ Lijado

Es una de las últimas operaciones del producto que consiste en la preparación de los detalles finales del producto, gracias al lijado que quita el poro de los tableros, se podrá darle un acabado fino y con gran calidad lo que proporciona la estética a nuestro producto.

☐ Lacado, sellado y pintura

Y por último se le da los acabados finales de acuerdo a los colores que el cliente haya elegido y después de esto el lacador dará el toque final al mueble en donde necesita de mucha paciencia para que el bien sea de calidad.



Comercialización de los muebles:

- ❖ El vendedor asesora al cliente para que tome la mejor decisión para la compra del mueble.
- ❖ Luego el cliente elige el modelo y diseño que más le guste, puede ser bajo pedido, o ya fabricados.
- ❖ Si el cliente eligió el mueble bajo pedido: el vendedor debe realizar el contrato y establecer el tiempo de entrega, colores, y diseño.
- ❖ Si el mueble que eligió el cliente es de la sala de exposición el vendedor realiza la factura correspondiente.
- ❖ El cliente realiza el pago del mueble (al contado, tarjetas de crédito y credito directo o cuotas)
- ❖ El chofer entrega a domicilio los muebles.



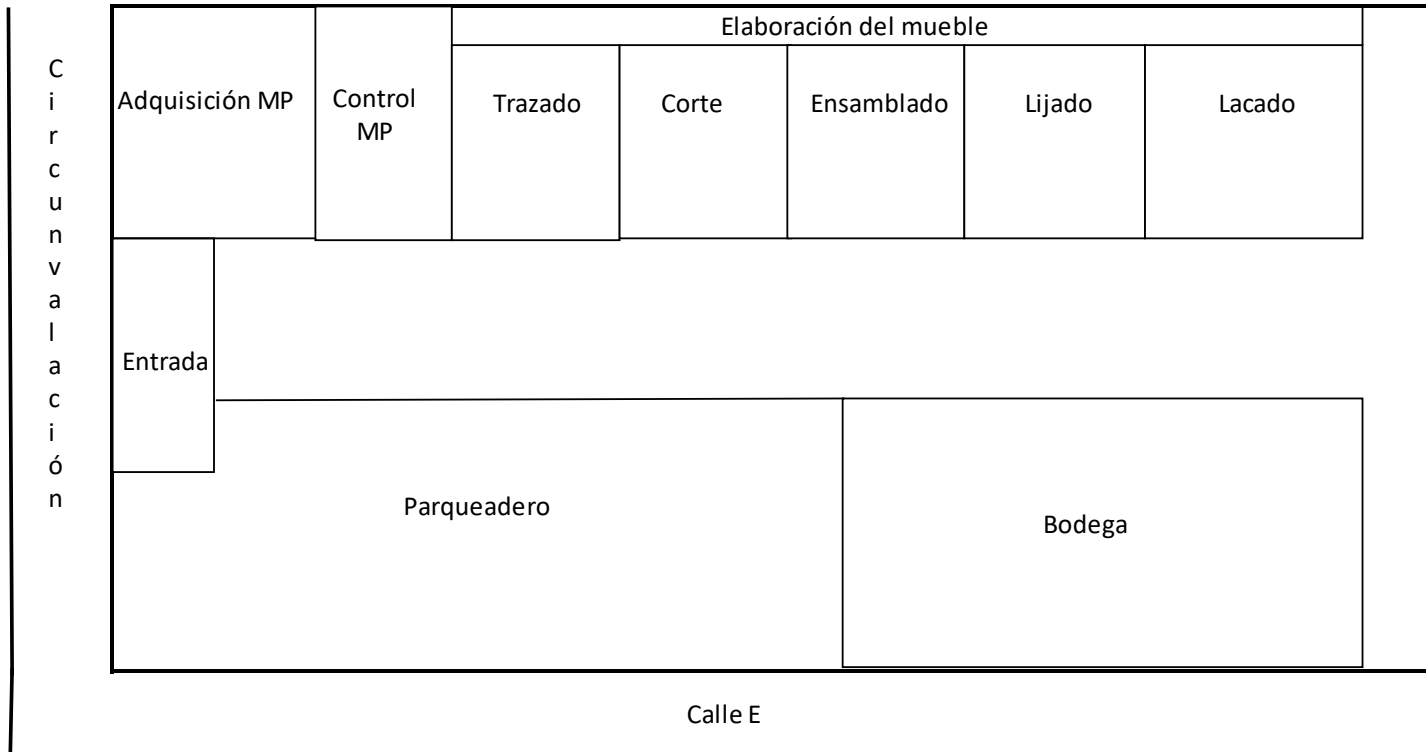
Finalización

Aquí se termina el proceso de la producción y comercialización de un mueble

4.3.2 Distribución de la planta

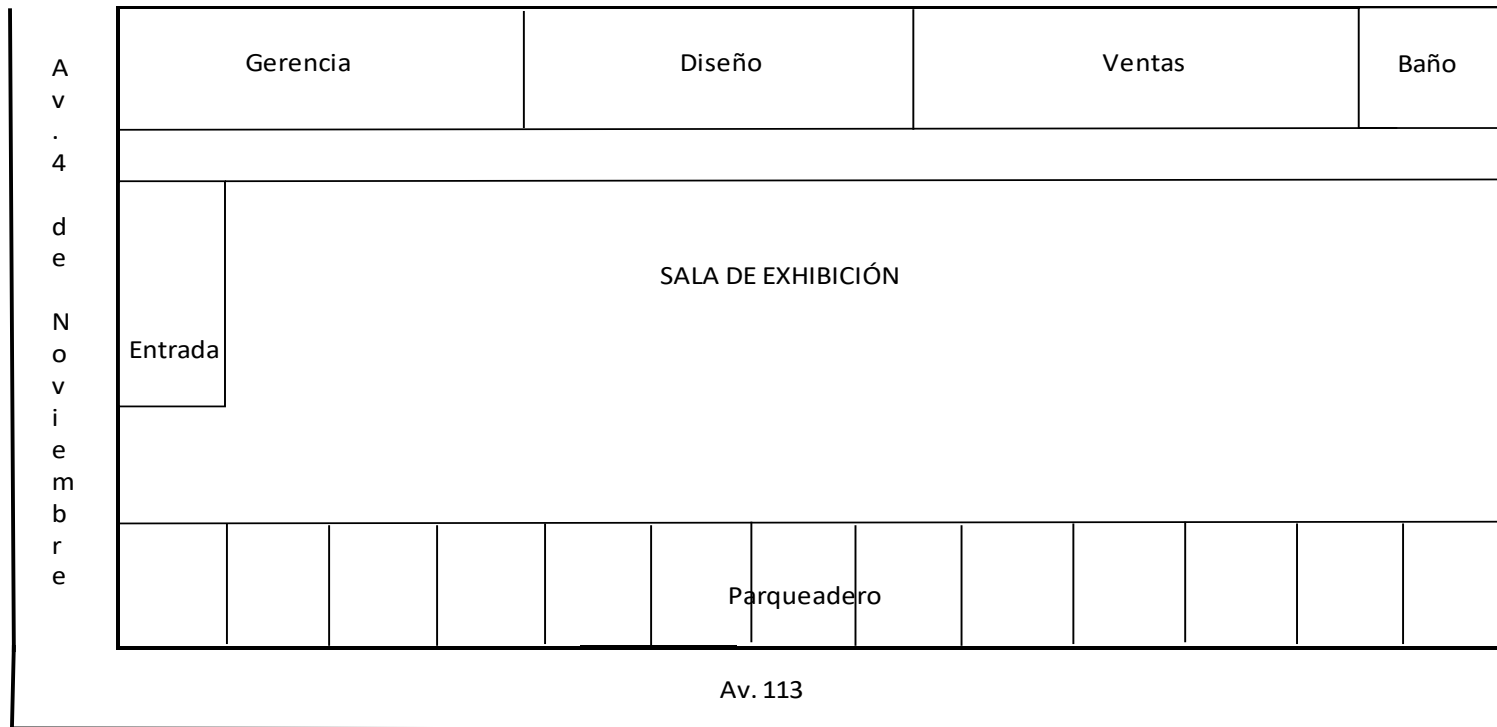
En cuanto a las instalaciones de la planta se tiene el siguiente grafico en donde se muestra cada una de las secciones con las cuales contaras el área de producción de empresa.

Figura 22: Distribución de la planta de producción de los muebles de cocina



Fuente: Estudio técnico
Realizado por: La Autora

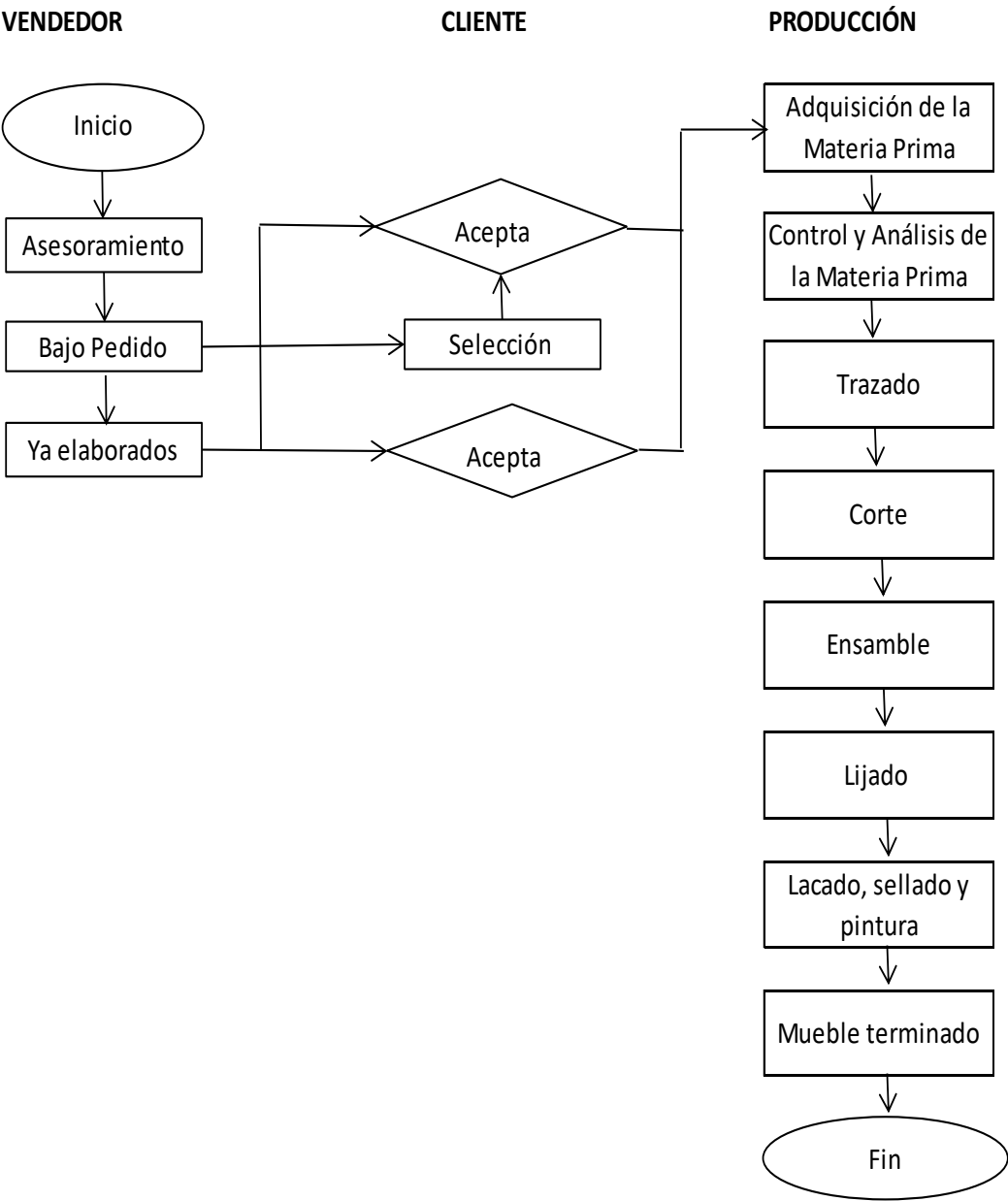
Figura 23: Distribución de la planta de producción de los muebles de cocina



Fuente: Estudio técnico
Realizado por: La Autor

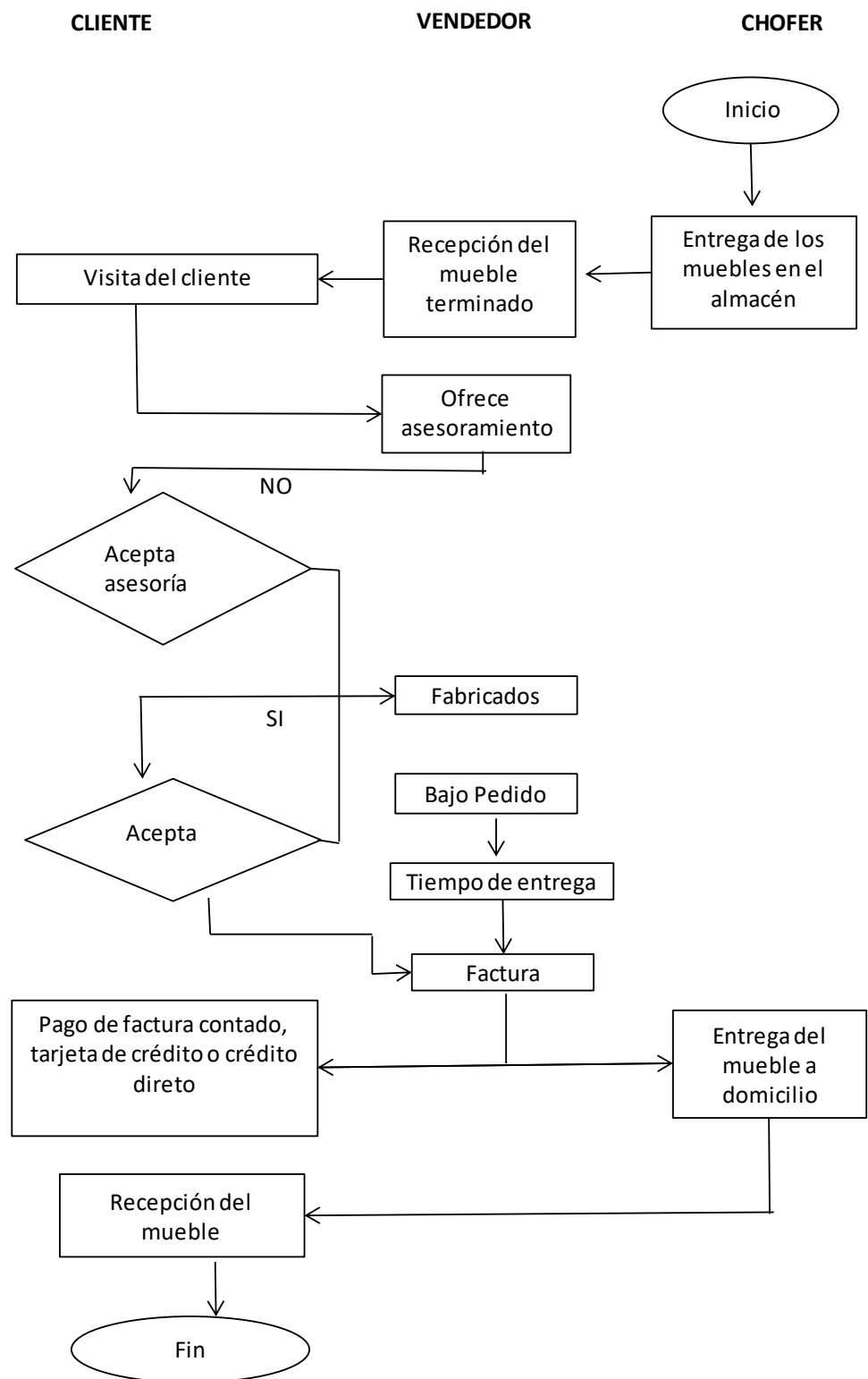
El siguiente diagrama muestra los pasos a realizarse dentro de la planta de producción y comercialización desde el asesoramiento al cliente hasta la entrega del bien.

Figura 24: Diagrama del proceso de producción de un mueble modular de cocina



Fuente: Estudio técnico
Realizado por: La Autora

Figura 25: Diagrama del proceso de comercialización de un mueble modular de cocina



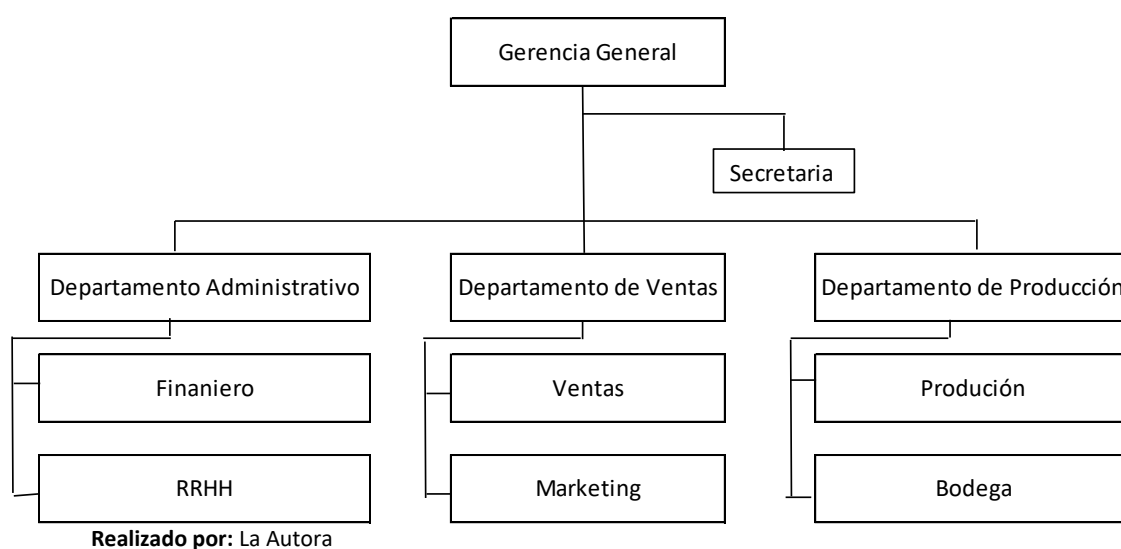
Fuente: Estudio técnico
Realizado por: La Autora

4.2.6 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

El organigrama estructural presenta de manera simplificada la estructura formal de la empresa y muestra así las funciones principales de la misma y la relación existente entre ellas.

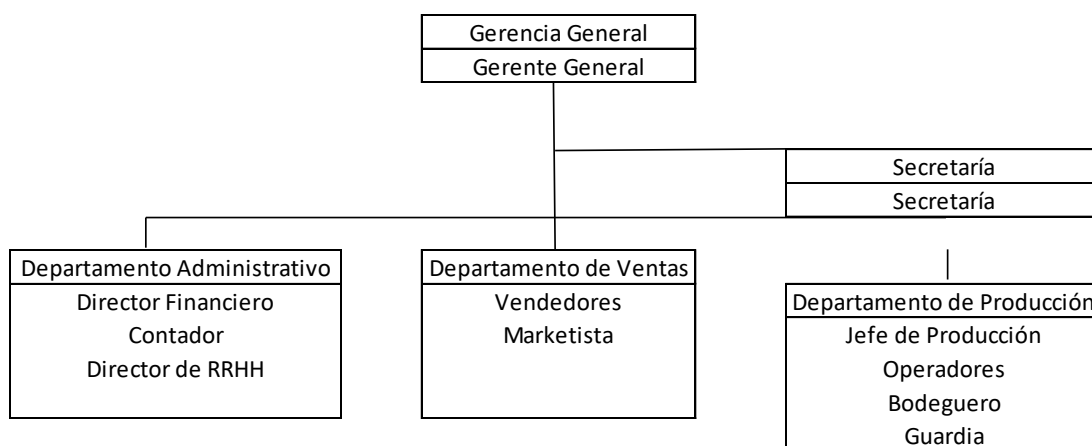
El organigrama estructural de la empresa será el siguiente:

Figura 26: Organigrama Estructural



Mientras que el organigrama funcional es el siguiente:

Figura 27: Organigrama Funcional



Realizado por: La Autora

DESCRIPCION DE PUESTOS

Gerente General

- ❖ Es el órgano de dirección encargado de ejecutar las políticas aprobadas por el Directorio, gestionando las actividades diarias de la Caja, así como, el responsable de implementar el funcionamiento del sistema de atención al usuario, con el fin de lograr un alto nivel de calidad del servicio.
- ❖ Este órgano supervisa, controla y decide sobre la administración de la Caja, sus actos, operaciones y es responsable de todos los aspectos de su funcionamiento y de la Gestión Integral de Riesgos.

Secretaria

- ❖ Facilitar el desarrollo de las funciones del Directorio, mediante labores secretariales y de apoyo administrativo.

Director financiero

- ❖ Responsable de la gestión eficiente y transparente de la contabilidad y finanzas de la oficina, incluyendo caja y bancos.
- ❖ Responsable de garantizar la disponibilidad y registro de los fondos locales para la operación efectiva del proyecto.
- ❖ Responsable del manejo y monitoreo de las cuentas bancarias del proyecto.
- ❖ Responsable de realizar todos los pagos de salarios, honorarios por servicios y para la adquisición de bienes y servicios.

Contador

- ❖ Analizar la información contenida en los documentos contables generados del proceso de contabilidad en una determinada dependencia, verificando su exactitud, a fin de garantizar estados financieros

confiables y oportunos.

Director de recursos humanos

- ❖ Dirigir el Desarrollo del Talento Humano.
- ❖ Dirigir la Administración y la Gestión de Recursos Humanos y sus respectivas prácticas.
- ❖ Gestionar las Relaciones Laborales.

Vendedores

- ❖ Promover los productos y servicios de la empresa en forma proactiva, el desarrollo de área. Debe generar sus propios proyectos de trabajo, con metas y objetivos fijados en coordinación con su supervisión y cumplirlas.

Marketing

- ❖ El director de marketing determina la demanda de productos y servicios ofrecidos por una empresa y sus competidores e identificar clientes potenciales.
- ❖ El encargado de Marketing desarrolla estrategias de precios con el objetivo de maximizar las ganancias de las empresas o participaciones del mercado al tiempo que garantiza a los clientes de la empresa están satisfechos.
- ❖ El director de marketing debe supervisar el desarrollo de productos con el fin de desarrollar una estrategia de marketing.
- ❖ El Gerente de Marketing de cerca las tendencias que indican la necesidad de nuevos productos y servicios.

Jefe de producción

- ❖ El jefe de producción es aquel encargado de coordinar y supervisar operaciones dentro de una empresa para que esta opere de la mejor manera, el jefe es el encargado de supervisar y diseñar las estrategias.

- ❖ Se trata de un intermediario entre los administradores y los trabajadores, quien debe constantemente comunicarse con ambas partes para coordinar los trabajos.

Operador

- ❖ Garantizar, en tiempo y forma, las tareas de operación que le asignen sus superiores.
- ❖ Ejecutar las tareas de operación sobre la base de las pautas asignadas.
- ❖ Mantener actualizado los archivos del área
- ❖ Brindar colaboración a los profesionales del sector.

Bodeguero

- ❖ Las responsabilidades que implica su cargo son:
- ❖ Manejo operativo de la bodega
- ❖ Custodia del inventario

La planta productora y comercializadora de muebles de cocina contara con un total de 10 trabajadores, en la siguiente tabla se observara el número de personas y el cargo que ocupara dentro de la planta.

Misión

La fábrica productora y comercializadora de muebles de cocina, ofrece a su distinguida clientela muebles modulares, fabricados de forma tecnificada y comprometidos a satisfacer la necesidades de los clientes superando sus expectativas y brindando productos de alta calidad, obteniendo un rentabilidad para asegurar el crecimiento de la empresa.

Visión

Ser la mejor fabrica productora y comercializadora de muebles de cocina y ofrecer productos de alta calidad, adelantándonos a las necesidades de todas las personas.

Ser reconocida por la calidad humana y profesional de nuestro personal y por nuestra contribución a la comunidad, comprometiéndose en lograr eficiencia y eficacia operacional, sustentada en un modelo de producción diferente utilizando la tecnología como herramienta principal.

POLÍTICAS

- ❖ Todos los empleados de la empresa portarán el uniforme correctamente dentro de la horas laborables
- ❖ La calidad de nuestro trabajo debe ser nuestro punto más importante y estar enfocados en la satisfacción del cliente.
- ❖ Los empleados de la nueva empresa entrarán a realizar sus labores desde las 8:00 am, para lo cual tendrán que estar 10 minutos antes de la hora indicada.
- ❖ El uso de las computadoras será exclusivo para temas relacionados con la empresa, no para uso personal.
- ❖ Mantener limpia y ordenada las oficinas para una buena impresión del cliente

VALORES Y PRINCIPIOS

Los valores y principios en los que se fundamentará la nueva empresa productora y comercializadora de muebles de cocina modulares son:

- ❖ Trabajo: responsable y comprometido, que nos permite responder a nuestras

obligaciones y metas entregando nuestro mejor esfuerzo; con el convencimiento que es inherente al éxito o fracaso, tanto en nuestra empresa, como en nuestras vidas.

- ❖ Responsabilidad: con los clientes, la comunidad y el medio ambiente a través de un trabajo responsable y comprometido que nos permita responder de manera eficiente y eficaz.
- ❖ Amor: dar para recibir, internalizando que el éxito mutuo de nuestros clientes, proveedores, empresa y cada uno de los que trabajamos en ella y respetando nuestras tradiciones. Esta es nuestra forma de demostrar amor.
- ❖ Alegría: el sentido del humor, la espontaneidad, el optimismo y la libertad para reírse sanamente de sí mismo, es el camino que nos permitirá superar las dificultades y hacer más llevadero el esfuerzo para conseguir nuestras metas.
- ❖ Creatividad: un espíritu abierto, libertad para opinar y crear, eliminar los miedos ante nuevos desafíos sin temor al cambio, son recetas que nos permitirán sacar nuevos y mejores productos y adaptarnos a las nuevas tecnologías, que el futuro y nuestros clientes nos exigen.
- ❖ Honestidad: la honradez por sobre toda las cosas, la autocrítica y el reconocimiento de nuestros defectos para superarlos, es la base de la verdad, pilar fundamental de una nación de la sociedad y por consiguiente de cada una de sus empresas.

4.3 ESTUDIO ECONÓMICO

ESTIMACIÓN DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO

El período operacional de la planta productora y comercializadora de muebles de cocina se conoce como el período económico del proyecto y es el tiempo que define todas las proyecciones. La cual será de un lapso de 5 años, la vida útil de este proyecto se establece en forma práctica, y se relaciona con la vida útil estimada de los equipos, más los costos de la operación.

4.3.1. Costos de Producción

El costo de producción es la valoración monetaria de los costos y gastos incurridos y aplicados en la obtención de un mueble. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

El costo de producción consta de tres elementos:

Materia prima

Mano de obra

Costos de producción

A este costo le añadimos los gastos operacionales los cuales son:

Gastos administrativos

Gastos de ventas

Gastos financieros

Los costos totales es la suma del costo de producción y de los gastos operacionales, de esta manera podemos obtener el costo total de cada producto a fabricarse. A continuación se detalla las hojas de costos:

Producto 1

Cuadro 51: Hoja de costos producto 1

HOJA DE COSTOS DE LA PRODUCCIÓN DE MUEBLES DE COCINA						
PRODUCTO: MUEBLES DE COCINA BAJOS						
DETALLE		CANT.	V/U	V/T	V/Mes	V/Año
COSTOS DIRECTOS				457,83	13735,00	164820,00
MATERIA PRIMA DIRECTA				412,50	12375,00	148500,00
Tablero blanco 15mm	70 cm	10	15,75	157,50	4725,00	56700,00
Tablero melaminco de 15mm	70cm	10	10,50	105,00	3150,00	37800,00
Tiplex de 15mm	70 cm	10	8,00	80,00	2400,00	28800,00
Alucubond	70 cm	10	7,00	70,00	2100,00	25200,00
MANO DE OBRA DIRECTA	HORAS			45,33	1360,00	16320,00
Operador	8	4	1,42	45,33	1360,00	16320,00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				135,50	4065,00	48780,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA				94,00	2820,00	33840,00
Canto 1mm		10	0,80	8,00	240,00	2880,00
Canto 2mm		10	0,40	4,00	120,00	1440,00
Tornillos MDF		400	6,00	6,00	180,00	2160,00
Tiraderas tubulares		20	1,20	24,00	720,00	8640,00
Bisagras		40	1,30	52,00	1560,00	18720,00
MANO DE OBRA INDIRECTA				41,50	1245,00	14940,00
Jefe de producción	8	1	1,67	13,33	400,00	4800,00
Bodeguero	8	1	1,42	11,33	340,00	4080,00
Guardia	8	1	1,42	11,33	340,00	4080,00
SUMINISTROS				1,50	45,00	540,00
SERVICIOS				4,00	120,00	1440,00
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN				593,33	17800,00	213600,00
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN				59,33	1780,00	21360,00
GASTOS OPERACIONALES		HORAS	V/H	41,33	1240,00	14880,00
Gastos administrativos				29,00	870,00	10440,00
Personal		8	3,50	28,00	840,00	10080,00
Suministros y materiales				0,33	10,00	120,00
Servicios				0,67	20,00	240,00
Gastos de venta				12,33	370,00	4440,00
Personal		8	1,42	11,33	340,00	4080,00
Suministros y materiales				0,33	10,00	120,00
Servicios				0,67	20,00	240,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO				634,67	19040,00	228480,00
Gastos financieros					1067,00	12804,00
Intereses por crédito					1063,00	12756,00
Servicios bancarios					4,00	48,00
TOTAL COSTO DE VENTAS				634,67	20107,00	241284,00
COSTO UNITARIO DE VENTA				63,47	1904,00	22848,00

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

Producto 2

Cuadro 52: Hoja de costos producto 2

HOJA DE COSTOS DE LA PRODUCCIÓN DE MUEBLES DE COCINA						
PRODUCTO: MUEBLES DE COCINA AÉREOS						
DETALLE		CANT.	V/U	V/D	V/Mes	V/Año
COSTOS DIRECTOS				457,83	13735,00	164820,00
MATERIA PRIMA DIRECTA				412,50	12375,00	148500,00
Tablero blanco 15mm	90 cm	10	15,75	157,50	4725,00	56700,00
Tablero melaminco de 15mm	90 cm	10	10,50	105,00	3150,00	37800,00
Tiplex de 15mm	90 cm	10	8,00	80,00	2400,00	28800,00
Alucubond	90 cm	10	7,00	70,00	2100,00	25200,00
MANO DE OBRA DIRECTA	Horas			45,33	1360,00	16320,00
Operador	8	4	1,42	45,33	1360,00	16320,00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				133,00	3990,00	47880,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA				91,50	2745,00	32940,00
Canto 1mm		10	0,80	8,00	240,00	2880,00
Canto 2mm		10	0,40	4,00	120,00	1440,00
Tornillos MDF		300	3,50	3,50	105,00	1260,00
Tiraderas tubulares		20	1,20	24,00	720,00	8640,00
Bisagras		40	1,30	52,00	1560,00	18720,00
MANO DE OBRA INDIRECTA				41,50	1080,00	12960,00
Jefe de producción	8	1	1,67	13,33	400,00	4800,00
Bodeguero	8	1	1,42	11,33	340,00	4080,00
Guardia	8	1	1,42	11,33	340,00	4080,00
SUMINISTROS				1,50	45,00	540,00
SERVICIOS				4,00	120,00	1440,00
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN				590,83	17725,00	212700,00
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN				59,08	1772,50	21270,00
GASTOS OPERACIONALES				41,33	1240,00	14880,00
Gastos administrativos		HORAS	V/H	29,00	870,00	10440,00
Personal		8	3,50	28,00	840,00	10080,00
Suministros y materiales				0,33	10,00	120,00
Servicios				0,67	20,00	240,00
Gastos de venta				12,33	370,00	4440,00
Personal		8	1,42	11,33	340,00	4080,00
Suministros y materiales				0,33	10,00	120,00
Servicios				0,67	20,00	240,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO				632,17	18965,00	227580,00
Gastos financieros					1067,00	12804,00
Intereses por crédito					1063,00	12756,00
Servicios bancarios					4,00	48,00
TOTAL COSTO DE VENTAS				632,17	20032,00	240384,00
COSTO UNITARIO DE VENTA				63,22	1896,50	22758,00

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

4.3.2 Inversión

Las inversiones constituyen el pilar de cualquier proyecto y se obtiene a partir del estudio de mercado, del estudio técnico y del estudio organizacional. Son todos los bienes requeridos para poner en funcionamiento la planta productora y comercializadora de muebles de cocina.

Los Activos Fijos o bienes tangibles se refieren a todos aquellos utilizados en el proceso de transformación de insumos como por ejemplo:

- Terrenos
- Obras físicas (edificios, oficinas, bodegas, etc.)
- Equipos (maquinara, muebles, herramientas, vehículos, etc.)

Cuadro 53: Inversiones Inmuebles

PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUEBLES DE		
INVERSIÓN DE INMUEBLES		
Cant.	Detalle	\$
1	Terreno	150000
1	Construcción de la planta	50000
	Total inmuebles	200000

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

Cuadro 54: Inversión Maquinaria y Equipo

PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUEBLES DE COCINA			
INVERSIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE PLANTA			
Cant.	Detalle	V/U	V/T
1	Caladora	150,00	150,00
1	Sierra circular	220,00	220,00
1	taladros portátiles	110,00	110,00
1	Compresor	160,00	160,00
2	Destornilladores neumáticos	100,00	200,00
1	Lijadora Orbital	55,00	55,00
1	Máquina Tupi	450,00	450,00
1	Ingleadora	400,00	400,00
1	Pulidoras	80,00	80,00
2	Extintores	100,00	200,00
1	Transformador	2000,00	2000,00
1	Herramientas de mano	650,00	650,00
	Total maquinaria y equipo		4675,00

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

Cuadro: Inversión área administrativa

PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUEBLES DE COCINA			
INVERSIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA Y VENTAS			
Cant.	Detalle	V/U	V/T
	Equipo de computo		2240,00
1	Scaner	30,00	30,00
1	Portatil	650,00	650,00
2	Impresoras	180,00	360,00
2	Computadoras	600,00	1200,00
	Equipo de oficina		210,00
2	Telefonos	15,00	30,00
6	Archivadores	30,00	180,00
	Muebles y enseres		1400,00
6	Sillas	90,00	540,00
2	Escritorios	250,00	500,00
2	Modulares altos	180,00	360,00
	Total		3850,00

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

Los Activos Nominales corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Se distinguen:

- Gastos de organización
- Patentes y licencias
- Capacitación
- Imprevistos

Cuadro 55: Preinversión

PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUEBLES DE COCINA		
GASTOS DE PREINVERSIÓN		
Detalle	Parcial	Total
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		2000,00
Gastos de Constitución	1500,00	
Permisos y Patentes	500,00	
GASTOS DE CAPACITACIÓN		1600,00
Técnicas de producción	800,00	
Seguridad Industrial	800,00	
GASTOS SEGUROS		3500,00
Seguros planta de Producción	3500,00	
GASTO UNIDAD EJECUTORA DEL PROYECTO		1490,05
Personal	1000	
Suministros y Materiales	340,05	
Servicios	150	
TOTAL DE GASTOS		8590,05

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

4.3.3 Capital de trabajo

Se puede decir que el capital de trabajo son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar.

Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Cuadro 56: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL			
DETALLE	Producto 1	Producto 2	Total Mensual
COSTOS DIRECTOS	13735,00	13735,00	27470,00
MATERIA PRIMA DIRECTA	12375,00	12375,00	24750,00
Tablero blanco 15mm	4725,00	4725,00	9450,00
Tablero melaminco de 15mm	3150,00	3150,00	6300,00
Tiplex de 15mm	2400,00	2400,00	4800,00
Alucubond	2100,00	2100,00	4200,00
MANO DE OBRA DIRECTA	1360,00	1360,00	2720,00
Operador	1360,00	1360,00	2720,00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	3990,00	4065,00	8055,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA	2745,00	2820,00	5565,00
Canto 1mm	240,00	240,00	480,00
Canto 2mm	120,00	120,00	240,00
Tornillos MDF	105,00	180,00	285,00
Tiraderas tubulares	720,00	720,00	1440,00
Bisagras	1560,00	1560,00	3120,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	1245,00	1245,00	2490,00
Jefe de producción	400,00	400,00	800,00
Bodeguero	340,00	340,00	680,00
Guardia	340,00	340,00	680,00
SUMINISTROS	45,00	45,00	90,00
SERVICIOS	120,00	120,00	240,00
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	17725,00	17800,00	35525,00
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	1772,50	1780,00	3552,50
GASTOS OPERACIONALES	4980,00	1240,00	6220,00
Gastos administrativos	870,00	870,00	1740,00
Personal	840,00	840,00	1680,00
Suministros y materiales	10,00	10,00	20,00
Servicios	20,00	20,00	40,00
Gastos de venta	4110,00	370,00	4480,00
Personal	4080,00	340,00	4420,00
Suministros y materiales	10,00	10,00	20,00
Servicios	20,00	20,00	40,00
CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL	18965,00	19040,00	38005,00

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

Los \$38005,00 es el capital con el que la empresa debe contar para que empiece a funcionar el primer mes, también debe contar con cierto capital en efectivo para solventar los gastos diarios de la empresa.

Todo esto constituye el activo circulante. De aquí se deriva el concepto de capital de trabajo, es decir “el capital con el que hay que contar para empezar a trabajar”

El total de la inversión requerida para la puesta en marcha del presente proyecto es de:

Cuadro 57: Inversión total

Inversión	
Inversión Intangible	8590,05
Inversión Fija	208525,00
Capital de Trabajo	38005,00
Total Inversión	255120,05

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

4.3.4 Depreciaciones

Es un Gasto que se aplica a los Activos Fijos, por pérdida paulatina de su valor por desgaste en el uso y por obsolescencia, existen diferentes métodos para poder realizar las depreciaciones tales como:

- Línea recta.
- Unidades producidas
- Doble porcentaje sobre el saldo
- Suma de los dígitos de los años

Utilizaremos el método de línea recta que es aquel en el cual la depreciación se liquida por un valor constante para los años de vida de los activos.

A continuación se detalla el cuadro de depreciaciones del cual se tomó los porcentajes correspondientes para realizar esta operación:

Cuadro 58: Cuadro de depreciaciones

CLASE DEL ACTIVO	% DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL
Muebles y Enseres	10	10
Equipo de Oficina	10	10
Maquinaria y Equipo	10	10
Vehículos	20	5
Equipo de Computo	33,33	3
Edificios	5	20

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

Cuadro 59: Depreciaciones de Activos Fijos

PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUEBLES DE COCINA						
DEPRECIACIÓN DE PLANTA						
N°	Detalle	V/L	V/R	Total Deprec.	Dep. anual	Deprec. Mensual
1	Edificio Planta y oficinas	50000,00	2500,00	47500,00	2375,00	197,92
	Total depreciación de planta				2375,00	197,92
PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUEBLES DE COCINA						
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO						
N°	Detalle	V/L	V/R	Total Deprec.	Dep. anual	Deprec. Mensual
1	Caladora	150,00	15,00	135,00	13,50	1,13
2	Sierra circular	220,00	22,00	198,00	19,80	1,65
3	taladros portátiles	110,00	11,00	99,00	9,90	0,83
4	Compresor	160,00	16,00	144,00	14,40	1,20
5	Destornilladores neumáticos	200,00	20,00	180,00	18,00	1,50
6	Lijadora Orbital	55,00	5,50	49,50	4,95	0,41
7	Máquina Tupi	450,00	45,00	405,00	40,50	3,38
8	Ingleadora	400,00	40,00	360,00	36,00	3,00
9	Pulidoras	80,00	8,00	72,00	7,20	0,60
10	Extintores	200,00	20,00	180,00	18,00	1,50
11	Transformador	2000,00	200,00	1800,00	180,00	15,00
12	Herramientas de mano	650,00	65,00	585,00	58,50	4,88
	Total depreciación Maq. y Eq.	4675,00			420,75	35,06
PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUEBLES DE COCINA						
DEPRECIACIÓN EQ. COMP, EQ. DE OF, M Y E						
N°	Detalle	V/L	V/R	Total Deprec.	Dep. anual	Deprec. Mensual
	Equipo de computo					
1	Scaner	30,00	10,00	20,00	2,00	0,17
2	Portatil	650,00	216,65	433,36	43,34	3,61
3	Impresoras	360,00	119,99	240,01	24,00	2,00
4	Computadoras	1200,00	399,96	800,04	80,00	6,67
	Equipo de oficina					0,00
6	Telefonos	30,00	3,00	27,00	2,70	0,23
8	Archivadores	180,00	18,00	162,00	16,20	1,35
	Muebles y enseres					0,00
9	Sillas	540,00	54,00	486,00	48,60	4,05
10	Escritorios	500,00	50,00	450,00	45,00	3,75
11	Modulares altos	360,00	36,00	324,00	32,40	2,70
	Total	3850,00	907,59	2942,41	294,24	24,52

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

a) Amortizaciones

Cuadro 60: Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
Detalle	Parcial	Total	Amortización
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		2000,00	400
Gastos de Constitución	1500,00		
Permisos y Patentes	500,00		
GASTOS DE CAPACITACIÓN		1600,00	320
Técnicas de producción	800,00		
Seguridad Industrial	800,00		
GASTOS SEGUROS		3500,00	700
Seguros planta de Producción	3500,00		
GASTO UNIDAD EJECUTORA DEL PROYECTO		1490,05	298,01
Personal	1000		
Suministros y Materiales	340,05		
Servicios	150		
Amortización Anual		8590,05	1718,01

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

b) Remuneraciones

Para calcular los sueldos y salarios debemos regirnos a las disposiciones legales emitidas por el Ministerio de lo laboral, IESS y SRI.

El cálculo para obtener los costos de mano de obra ya sea directa o indirecta, se lo debe realizar mediante las horas efectivas de trabajo.

Cuadro 61: Remuneraciones

FUNCIÓN	Cant.	S.U	S.M	12,15%	13er	14to	Vacaciones	Benef. Econ	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUA	V/HORA
Gerente	1	500,000	500,000	60,750	41,667	28,333	20,833	151,583	651,583	7819,000	2,08
Contador	1	340,000	340,000	41,310	28,333	28,333	14,167	112,143	452,143	5425,720	1,42
Vendedores	1	340,000	340,000	41,310	28,333	28,333	14,167	112,143	452,143	5425,720	1,42
Jefe de producción	1	400,000	400,000	48,600	33,333	28,333	16,667	126,933	526,933	6323,200	1,67
Operadores	4	340,000	1360,000	165,240	113,333	28,333	56,667	363,573	1723,573	20682,880	5,67
Bodeguero	1	340,000	340,000	41,310	28,333	28,333	14,167	112,143	452,143	5425,720	1,42
Guardia	1	340,000	340,000	41,310	28,333	28,333	14,167	112,143	452,143	5425,720	1,42
Totales	10	2600,000	3620,000	439,830	301,667	198,333	150,833	1090,663	4710,663	56527,960	15,08

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

c) Financiamiento

El financiamiento para el proyecto será con capital propio el 60% y el 40% mediante financiamiento a través de un crédito hipotecario otorgado por la cooperativa de ahorro y crédito San Francisco LTDA. Con las siguientes características:

- Monto: 102048,02 Dólares
- Tasa de interés: 12,5 % anual
- Plazo: 10 años

Cuadro 62: Financiamiento

Fuentes	Inversion	%
Capital Prop	153072,03	60%
Credito	102048,02	40%
Total	255120,05	100%

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

A continuación se detalla la tabla de amortización de la deuda:

Cuadro 63: Amortización de la deuda

# de Pago	Pago Interés	Pago Capital	Saldo
1	\$ 1.063,00	\$ 430,74	\$ 101.617,28
2	\$ 1.058,51	\$ 435,23	\$ 101.182,05
3	\$ 1.053,98	\$ 439,76	\$ 100.742,29
4	\$ 1.049,40	\$ 444,34	\$ 100.297,95
5	\$ 1.044,77	\$ 448,97	\$ 99.848,98
6	\$ 1.040,09	\$ 453,65	\$ 99.395,34
7	\$ 1.035,37	\$ 458,37	\$ 98.936,97
8	\$ 1.030,59	\$ 463,15	\$ 98.473,82
9	\$ 1.025,77	\$ 467,97	\$ 98.005,85
10	\$ 1.020,89	\$ 472,85	\$ 97.533,00
11	\$ 1.015,97	\$ 477,77	\$ 97.055,23
12	\$ 1.010,99	\$ 482,75	\$ 96.572,48
13	\$ 1.005,96	\$ 487,78	\$ 96.084,71
14	\$ 1.000,88	\$ 492,86	\$ 95.591,85
15	\$ 995,75	\$ 497,99	\$ 95.093,86
16	\$ 990,56	\$ 503,18	\$ 94.590,68
17	\$ 985,32	\$ 508,42	\$ 94.082,26
18	\$ 980,02	\$ 513,72	\$ 93.568,54
19	\$ 974,67	\$ 519,07	\$ 93.049,48
20	\$ 969,27	\$ 524,47	\$ 92.525,00
21	\$ 963,80	\$ 529,94	\$ 91.995,06
22	\$ 958,28	\$ 535,46	\$ 91.459,61
23	\$ 952,70	\$ 541,04	\$ 90.918,57
24	\$ 947,07	\$ 546,67	\$ 90.371,90
25	\$ 941,37	\$ 552,37	\$ 89.819,53
26	\$ 935,62	\$ 558,12	\$ 89.261,41
27	\$ 929,81	\$ 563,93	\$ 88.697,48
28	\$ 923,93	\$ 569,81	\$ 88.127,67
29	\$ 918,00	\$ 575,74	\$ 87.551,93
30	\$ 912,00	\$ 581,74	\$ 86.970,19
31	\$ 905,94	\$ 587,80	\$ 86.382,39
32	\$ 899,82	\$ 593,92	\$ 85.788,46
33	\$ 893,63	\$ 600,11	\$ 85.188,35
34	\$ 887,38	\$ 606,36	\$ 84.581,99
35	\$ 881,06	\$ 612,68	\$ 83.969,32
36	\$ 874,68	\$ 619,06	\$ 83.350,26
37	\$ 868,23	\$ 625,51	\$ 82.724,75
38	\$ 861,72	\$ 632,02	\$ 82.092,72
39	\$ 855,13	\$ 638,61	\$ 81.454,12
40	\$ 848,48	\$ 645,26	\$ 80.808,86
41	\$ 841,76	\$ 651,98	\$ 80.156,88
42	\$ 834,97	\$ 658,77	\$ 79.498,10
43	\$ 828,11	\$ 665,63	\$ 78.832,47
44	\$ 821,17	\$ 672,57	\$ 78.159,90
45	\$ 814,17	\$ 679,57	\$ 77.480,33
46	\$ 807,09	\$ 686,65	\$ 76.793,67
47	\$ 799,93	\$ 693,81	\$ 76.099,87
48	\$ 792,71	\$ 701,03	\$ 75.398,84
49	\$ 785,40	\$ 708,34	\$ 74.690,50
50	\$ 778,03	\$ 715,71	\$ 73.974,79
51	\$ 770,57	\$ 723,17	\$ 73.251,62
52	\$ 763,04	\$ 730,70	\$ 72.520,92
53	\$ 755,43	\$ 738,31	\$ 71.782,60
54	\$ 747,74	\$ 746,00	\$ 71.036,60
55	\$ 739,96	\$ 753,78	\$ 70.282,82
56	\$ 732,11	\$ 761,63	\$ 69.521,20
57	\$ 724,18	\$ 769,56	\$ 68.751,63
58	\$ 716,16	\$ 777,58	\$ 67.974,06
59	\$ 708,06	\$ 785,68	\$ 67.188,38

60	\$ 699,88	\$ 793,86	\$ 66.394,52
61	\$ 691,61	\$ 802,13	\$ 65.592,39
62	\$ 683,25	\$ 810,49	\$ 64.781,90
63	\$ 674,81	\$ 818,93	\$ 63.962,98
64	\$ 666,28	\$ 827,46	\$ 63.135,52
65	\$ 657,66	\$ 836,08	\$ 62.299,44
66	\$ 648,95	\$ 844,79	\$ 61.454,65
67	\$ 640,15	\$ 853,59	\$ 60.601,06
68	\$ 631,26	\$ 862,48	\$ 59.738,59
69	\$ 622,28	\$ 871,46	\$ 58.867,12
70	\$ 613,20	\$ 880,54	\$ 57.986,58
71	\$ 604,03	\$ 889,71	\$ 57.096,87
72	\$ 594,76	\$ 898,98	\$ 56.197,89
73	\$ 585,39	\$ 908,35	\$ 55.289,54
74	\$ 575,93	\$ 917,81	\$ 54.371,74
75	\$ 566,37	\$ 927,37	\$ 53.444,37
76	\$ 556,71	\$ 937,03	\$ 52.507,34
77	\$ 546,95	\$ 946,79	\$ 51.560,55
78	\$ 537,09	\$ 956,65	\$ 50.603,90
79	\$ 527,12	\$ 966,62	\$ 49.637,29
80	\$ 517,06	\$ 976,68	\$ 48.660,60
81	\$ 506,88	\$ 986,86	\$ 47.673,74
82	\$ 496,60	\$ 997,14	\$ 46.676,60
83	\$ 486,21	\$ 1.007,53	\$ 45.669,08
84	\$ 475,72	\$ 1.018,02	\$ 44.651,06
85	\$ 465,12	\$ 1.028,62	\$ 43.622,43
86	\$ 454,40	\$ 1.039,34	\$ 42.583,10
87	\$ 443,57	\$ 1.050,17	\$ 41.532,93
88	\$ 432,63	\$ 1.061,11	\$ 40.471,82
89	\$ 421,58	\$ 1.072,16	\$ 39.399,67
90	\$ 410,41	\$ 1.083,33	\$ 38.316,34
91	\$ 399,13	\$ 1.094,61	\$ 37.221,73
92	\$ 387,73	\$ 1.106,01	\$ 36.115,71
93	\$ 376,21	\$ 1.117,53	\$ 34.998,18
94	\$ 364,56	\$ 1.129,18	\$ 33.869,00
95	\$ 352,80	\$ 1.140,94	\$ 32.728,07
96	\$ 340,92	\$ 1.152,82	\$ 31.575,24
97	\$ 328,91	\$ 1.164,83	\$ 30.410,41
98	\$ 316,78	\$ 1.176,96	\$ 29.233,45
99	\$ 304,52	\$ 1.189,22	\$ 28.044,22
100	\$ 292,13	\$ 1.201,61	\$ 26.842,61
101	\$ 279,61	\$ 1.214,13	\$ 25.628,48
102	\$ 266,96	\$ 1.226,78	\$ 24.401,71
103	\$ 254,18	\$ 1.239,56	\$ 23.162,15
104	\$ 241,27	\$ 1.252,47	\$ 21.909,68
105	\$ 228,23	\$ 1.265,51	\$ 20.644,17
106	\$ 215,04	\$ 1.278,70	\$ 19.365,47
107	\$ 201,72	\$ 1.292,02	\$ 18.073,46
108	\$ 188,27	\$ 1.305,47	\$ 16.767,98
109	\$ 174,67	\$ 1.319,07	\$ 15.448,91
110	\$ 160,93	\$ 1.332,81	\$ 14.116,09
111	\$ 147,04	\$ 1.346,70	\$ 12.769,40
112	\$ 133,01	\$ 1.360,73	\$ 11.408,67
113	\$ 118,84	\$ 1.374,90	\$ 10.033,77
114	\$ 104,52	\$ 1.389,22	\$ 8.644,55
115	\$ 90,05	\$ 1.403,69	\$ 7.240,86
116	\$ 75,43	\$ 1.418,31	\$ 5.822,54
117	\$ 60,65	\$ 1.433,09	\$ 4.389,46
118	\$ 45,72	\$ 1.448,02	\$ 2.941,44
119	\$ 30,64	\$ 1.463,10	\$ 1.478,34
120	\$ 15,40	\$ 1.478,34	\$ 0,00

Fuente: Coop. San Francisco

Realizado por: La autora

Proyección de los Ingresos

Dependiendo de la naturaleza de un proyecto, este puede tener distintas fuentes de ingreso ya sea por la venta de un bien o de un servicio, venta de un subproducto o por ingresos financieros.

Los ingresos dentro de un proyecto es el rubro más importante y este se lo determina multiplicando los el precio de venta por los productos fabricados, el porcentaje estimado de crecimiento es del 4% anual.

$$I = P \times Q$$

Cuadro 64: Proyección de ingresos

	U/D	U/M	U/A	Precio	\$	1	2	3	4	5
Producto 1	10	300	3600	100,00	360000,00	374400,00	389376,00	404951,04	421149,08	437995,04
Producto 2	10	300	3600	120,00	432000,00	449280,00	467251,20	485941,25	505378,90	525594,05
Total			7200		792000,00	823680,00	856627,20	890892,29	926527,98	963589,10

Fuente: Estudio Técnico

Realizado por: La autora

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es la intersección en donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, donde no existe ni perdida ni ganancias, ya que los ingresos sirven para cubrir los costos, siendo necesario clasificar los costos fijos y variables para graficar en ejes de coordenadas, en el eje vertical se representa los ingresos por ventas y los costos, en el eje horizontal se representa mediante el volumen de ventas, expresado en unidades.

Existen tres métodos para poder determinar el punto de equilibrio: el método gráfico, método de la ecuación y el método de margen de contribución.

El método a utilizarse es el método grafica en el cual se aplica la siguiente formula:

$$P.E.U. = \frac{C.F}{P-CV}$$

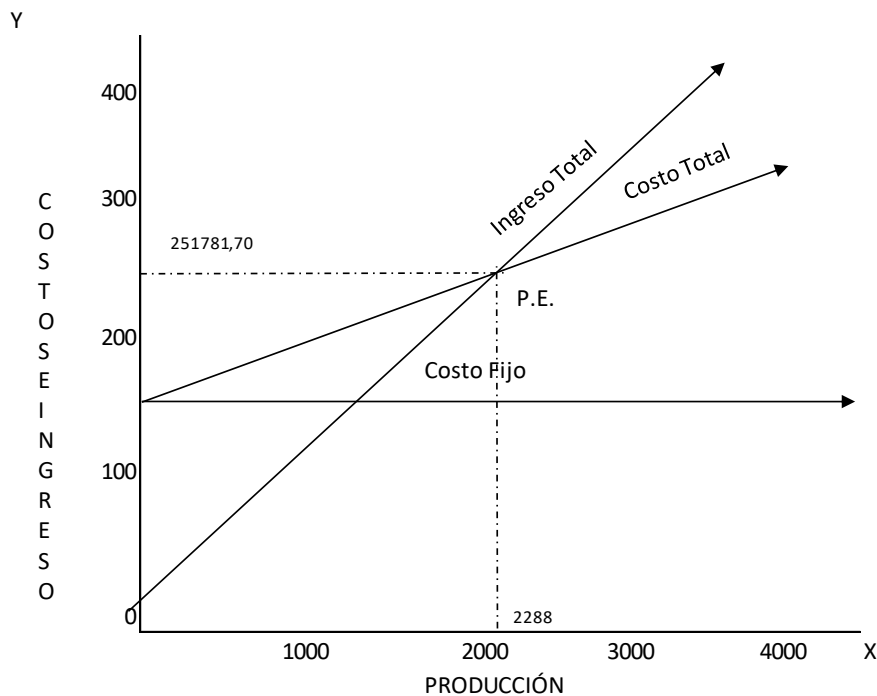
$$P.E.U. = \frac{157272,01}{120-51,29}$$

$$P.E.U. = \frac{157272,01}{68,71}$$

$$P.E.U. = 2288,92$$

El punto de equilibrio en unidades es de 2288 muebles y para obtener el punto de equilibrio en ventas se multiplica las unidades por el precio del bien el cual nos da un valor de \$251781,70 Dólares.

Figura 28: Punto de Equilibrio



Fuente: Ingresos, costos de producción

Realizado por: La autora

4.3.5. ESTADO DE RESULTADOS

En el siguiente estado de resultados se detalla las cuentas correspondientes a los ingresos generados por las ventas de los muebles modulares de cocina, así como los costos incurridos para el normal funcionamiento de la empresa. A través de este instrumento contable se puede tener una idea inicial de posibles ganancias o pérdidas que pudiese generar la empresa, además es el punto de partida para el respectivo análisis financiero.

De acuerdo a lo establecido en la Ley de Régimen Tributario en el que determina que el impuesto a la renta es del 23% como incentivo a la inversión de las empresas.

FABRICA DE MUEBLES MODULARES DE COCINA
ESTADO DE RESULTADOS
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013

VENTAS		792000,00
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN		431108,00
COSTO DIRECTO	329640,00	
Materia Prima Directa	297000,00	
Mano de Obra Directa	32640,00	
COSTOS INDIRECTOS	101468,00	
Materia Prima Indirecta	66780,00	
Mano de Obra Indirecta	25920,00	
Suministros y Materiales	1080,00	
Servicios	2880,00	
Depreciación	3089,99	
Amortización	1718,01	
= GANANCIA BRUTA		360892,00
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	20880	
Personal	20160,00	
Suministros y materiales	240,00	
Servicios	480,00	
(-) GASTOS DE VENTAS	53760,00	
Personal	53040,00	
Suministros y materiales	240,00	
Servicios	480,00	
(-) GASTOS FINANCIEROS	25608,005	
Intereses por crédito	25512,01	
Servicios bancarios	96,00	
= UTILIDAD OPERACIONAL		260643,99
(-) 15% Participacion Utilidades Trabajadores		39096,59913
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		221547,40
(-) 23% Impuesto a la Renta		50955,90087
= UTILIDAD DEL EJERCICIO		170591,49
RESERVAS	34118,2988	
(-) Reserva Legal 10%	17059,1494	
(-) Reserva Estatutaria 5%	8529,57471	
(-) Reserva Facultativa 5%	8529,57471	
= UTILIDAD NETA		136473,20

Fuente: Ingresos, costos de producción
Realizado por: La autora

A continuación se detalla en resumen las cuentas de activos, pasivos y patrimonio, con la respectiva clasificación con la que cuenta la fábrica de muebles.

FABRICA DE MUEBLES MODULARES DE COCINA
BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013

ACTIVO		577167,05	PASIVO		219385,22
ACTIVO CORRIENTE		364860,00	PASIVO CORRIENTE		117337,20
Inventario de MPD	297000,00		15% Participación Utilidades trabajadores	39096,60	
Inventario de MPI	66780,00		23% Impuesto a la Renta	50955,90	
Inventariode Sum. Y Mat.	<u>1080,00</u>		Servicios Bancarios	96	
			Intereses Bancarios	25512,01	
			Otros Pasivos	<u>1676,70</u>	
ACTIVO FIJO		205435,01			
Terreno	150000		PASIVO NO CORRIENTE		102048,02
Edificaciones	50000		Prestamo Bancario L/P	<u>102048,02</u>	
Maquinaria y Equipo	4675,00				
Equipo de Computo	2240,00				
Equipo de Oficina	210,00				
Muebles y Enseres	1400,00				
(-) Depreciación Acumulada de Activo Fijo	<u>-3089,99</u>				
			PATRIMONIO		
			CAPITAL SOCIAL		153072,03
			Aporte de Socios	<u>153072,03</u>	
			UTILIDADES		170591,49
			Utilidad del Ejercicio	<u>170591,49</u>	
ACTIVO DIFERIDO		6872,04			
Gastos de Organización	2000,00		RESERVAS		34118,30
Gastos de Capacitación	1600,00		Reserva Legal	17059,1494	
Gastos de Seguros	3500,00		Reserva Estatutaria	8529,57471	
Gastos de Ejecución del Proyecto	1490,05		Reserva Facultativa	<u>8529,57471</u>	
(-) Amortización Acumulada	<u>-1718,01</u>		TOTAL PATRIMONIO		357781,82
TOTAL ACTIVOS		577167,05	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		577167,05

Fuente: Ingresos, costos de producción
Realizado por: La autora

Flujo neto de caja proyectado

Para efectuar la evaluación financiera se necesita establecer el flujo de caja en donde indica la manera como el dinero fluye hacia el inversionista. En este esquema se establece la inversión inicial realizada, los saldos establecidos en la utilidad operacional así como los costos del proyecto.

Cuadro 65: Flujo de Caja Proyectado

Años	0	1	2	3	4	5
Ventas netas		823680,00	856627,20	890892,29	926527,98	963589,10
Valor de salvamento						49705,00
Costo de producción		448352,32	466286,41	484937,87	504335,39	524508,80
Utilidad Bruta		375327,68	390340,79	405954,42	422192,59	488785,30
Gasto de Administración		20880,00	21715,20	22583,81	23487,16	24426,65
Gasto de Ventas		53760,00	55910,40	58146,82	60472,69	62891,60
Gasto Financiero		25608,01	26632,33	27697,62	28805,52	29957,74
UTILIDAD OPERACIONAL		275079,67	286082,86	297526,18	309427,22	371509,31
15% Participacion Utilidades Trabajadores		41261,95	42912,43	44628,93	46414,08	55726,40
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		233817,72	243170,43	252897,25	263013,14	315782,91
23% Impuesto a la Renta		53778,08	55929,20	58166,37	60493,02	72630,07
UTILIDAD NETA		180039,65	187241,23	194730,88	202520,12	243152,84
+ Depreciación		3089,99	3089,99	3089,99	3089,99	3089,99
+ Amortización		1718,01	1718,01	1718,01	1718,01	1718,01
Inversiones						
Fija	208525,00					
Intangible	8590,05					
Capital de Trabajo	38005,00					
+ Recup. Capital de trabajo						38005,00
Flujo neto de efectivo	-255120,05	184847,65	192049,23	199538,88	207328,12	285965,85

Fuente: Ingresos, costos de producción

Realizado por: La autora

Evaluación financiera

La evaluación financiera es un mecanismo que permite calcular y estimar los beneficios que el proyecto al ser aplicado puede generar, se analiza el VAN, TIR, Relación Costo/Beneficio y periodo de recuperación, los mismos que permitirán establecer la factibilidad financiera del proyecto.

4.3.6. Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto es un indicador que permite medir los flujos de los ingresos y egresos en un periodo de tiempo, en este caso el flujo esta dado para 5 años, después de restar la inversión se podrá obtener sea un VAN positivo, VAN neutro o si es el caso un VAN negativo y de esta manera determinar la viabilidad del proyecto sabiendo que la inversión se recuperará y quedará un porcentaje de ganancia si es el caso. Para medir los flujos netos actualizados se utilizará la Tasa de Redescuento que es del 12,73%.

Para determinar si el proyecto es viable o no se considera los siguientes aspectos.

VAN > 0: si positivo se determina que el proyecto es rentable y que está generando una rentabilidad mayor a la tasa de redescuento 12,43%

VAN = 0: El proyecto es indiferente, está generando una rentabilidad igual a la tasa de redescuento. Por lo que no se considera ni ganancias o pérdidas.

VAN < 0: si es negativo quiere decir que la tasa de redescuento 12,73% es mayor que la rentabilidad que pudiese generar el proyecto.

Cuadro 66: VAN 1

	Flujo de Efectivo	Factor Actualización	Flujo de Efectivo Actualizado	Flujo de efectivo Acumulado
0	-255120,05	1	-255120,05	-255120,05
1	184847,65	0,887075313	163973,7847	-91146,26526
2	192049,23	0,78690261	151124,0431	59977,77784
3	199538,88	0,698041879	139286,4967	199264,2745
4	207328,12	0,619215718	128380,8295	327645,104
5	285965,85	0,549290977	157078,4585	484723,5625

Fuente: Flujo de Caja
Realizado por: La autora

Si el resultado es positivo significa que el rendimiento de la inversión es superior al requerimiento mínimo de los inversionistas, por lo tanto es necesario calcular un VAN

negativo con una nueva tasa de descuento en este caso del 72%, con el propósito de poder calcular la TIR.

Cuadro 67: VAN 2

	Flujo de Efectivo	Factor Actualización	Flujo de Efectivo Actualizado	Flujo de efectivo Acumulado
0	-255120,05	1	-255120,05	-255120,05
1	184847,65	0,581395349	107469,5625	-147650,4875
2	192049,23	0,338020552	64916,58782	-82733,89965
3	199538,88	0,196523577	39214,09489	-43519,80476
4	207328,12	0,114257893	23688,87399	-19830,93077
5	285965,85	0,066429008	18996,42735	-834,5034239

Fuente: Flujo de Caja
Realizado por: La autora

4.3.7. Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno es un indicador que permite medir la viabilidad del proyecto; la TIR es el interés que hace que el VAN sea cero, por lo tanto si la TIR es mayor que la tasa de redescuento se considera que el proyecto es rentable, y si la TIR es menor que la tasa de redescuento se rechaza el proyecto.

$$TIR = r_1 + (r_2 - r_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

TRMA	12,73%
C.O	72%
VAN+	484723,56
VAN-	-834,50

TIR= 72,00% 1,00

TIR= 71,88%

4.3.8 RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

Designa el costo de la inversión de los recursos disponibles, en una oportunidad económica, a costa de la mejor inversión alternativa disponible, permite establecer el valor de opción de invertir en el proyecto o de buscar otra alternativa en donde genere beneficios de rentabilidad.

Para la determinación de este indicador se establece la siguiente formula:

$$Beneficio - Costo = \frac{\sum Flujos\ netos\ actualizados}{Inversion}$$

$$RB/C = \frac{484723,56}{255120,05}$$

$$RB/C = 1,899982234$$

En el análisis se considera, que la relación de los ingresos netos actualizados con la inversión del capital ha generado en términos monetarios una ganancia. Es decir que por cada \$ 1 que se invierta se genera una ganancia de \$0,89 ctvs.

4.3.9. PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN

El periodo de recuperación es un indicador que da a conocer al inversionista el plazo de tiempo que se requiere para que el flujo de efectivo de una inversión se recupere.

Inversión	1 año	Faltante
255120,05	163973,7847	91146,27

$$\frac{163973,7847}{91146,27} \times \frac{100\%}{x}$$

$$\text{PRI} = 0,56$$

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto se estima que es dentro de 1 año 2 meses.

4.3.10 Impacto económico, social y ambiental.

A través del análisis se desea conocer la viabilidad social en base a la determinación de que ganan o pierdan los involucrados en términos de bienestar por la realización del proyecto. Considerando que al ejecutar el proyecto se empleará talento humano en cada una de las áreas, por lo que los mismos percibirán un ingreso, el que permitirá mejorar la calidad de vida de las familias, es importante que las personas que formen parte de la empresa tengan una actitud emprendedora que permita direccionar de una mejor manera el desarrollo de la empresa. Además lo que se desea ofrecer al mercado es un producto novedoso que logre satisfacer las expectativas de los clientes.

La realización del proyecto permitirá generar el desarrollo económico, ofreciendo una nueva tendencia en la presentación de los productos, a la vez se desea incentivar a la inversión, además con la utilización eficiente de los recursos se desea generar productividad para obtener una mayor rentabilidad

Hay que ser conscientes que para la elaboración y producción de muebles de cocina se empleara materiales que los residuos y la utilización afectaran a los componentes del suelo, aire, agua, y audición. Teniendo presente el manejo de normas ambientales para reducir de alguna manera los efectos de contaminación y deterioro

Conclusiones

Una vez realizado el estudio de factibilidad para la creación de la empresa productora y comercializadora de muebles modulares de cocina en la Ciudad de Manta se concluye que:

El entorno actual en el que se encuentra la Ciudad de Manta es apto para poner en marcha la ejecución del proyecto, de manera que se ofrezca a la ciudadanía variedad en diseño de muebles, que cumpla con las expectativas de los usuarios.

De acuerdo al estudio de mercado se demostró que existe demanda insatisfecha.

El sector maderero se mantiene en un ritmo creciente en cuanto a producción y elaboración de muebles de cocina con tableros de MDF y Melamínico ya que su calidad se ve reflejada en aspectos de durabilidad, resistencia, vida útil.

De acuerdo al estudio financiero el VAN es de, lo que implica que el proyecto es viable.

La TIR del Proyecto es superior a la tasa mínima de rendimiento aceptable (TMAR), por lo que se recomienda la ejecución del proyecto.

La relación Costo/Beneficio arroja un resultado de 1,89 ctvs. Que al ser mayor a 1 el proyecto es aceptado.

Recomendaciones

Se recomienda poner en marcha la elaboración de muebles modulares de cocina, ofreciendo productos de calidad e innovadores que permita al cliente implementar en el hogar.

La organización estructural de la empresa permite llevar un manejo adecuado de los recursos de la empresa.

Trabajar con materia prima de calidad y atención personalizada, variedad en los diseños de los muebles para ofrecer al cliente confianza, seguridad y garantía al momento de adquirir el producto.

Realizar periódicamente mantenimiento de la maquinaria existente en el área de producción evitando así demoras en la producción.

Para poder reducir costos de producción, se recomienda incrementar la producción.

Tratar de disminuir los impactos negativos causados por el deterioro del medio ambiente, así como contribuir a generar impactos sociales que beneficien el desarrollo de la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

Arboleda, G. (2013). *Proyectos. Formulación, Evaluación y Control*. Cali: Cargraphics S.A.

Baca, G. (2009). *Evaluación de Proyectos*. México: Litográfica Ingramex.

Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

INTERNET

Thompson, M. (2012). Proyectos. Recuperado el 15 de agosto de 2014,
<http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>

Wikipedia. (26 de junio de 2014). Definición de administración. Recuperado el 15 de agosto de 2014, <http://es.wikipedia.org/wiki/Administración>

WordPress. (2008). Definición de atención. Recuperado el 15 de agosto de 2014,
<http://definicion.de/atencion/>

Gerencia.com. (2001). Definición de efectividad. Recuperado el 15 de agosto de 2014,
<http://www.degerencia.com/tema/efectividad>

Definicionde.com. (2008). Definición de gestión. Recuperado el 15 de agosto,
<http://definicion.de/gestion/>

Defniconde.com. (2013). Definición de programa. Recuperado el 15 de agosto,
<http://definicion.de/programa/>

Wikipedia. (12 de junio de 2014). Definición de consumidor. Recuperado el 15 de agosto de 2014,
<http://es.wikipedia.org/wiki/Consumidor>